1. INFORMACIÓN GENERAL

Fecha: 11 de octubre del 2024
Entidad: Distrito de Santiago de Cali
Número del proceso: 4161.010.32.1.1727.2024
Organismo: Secretaría de Bienestar Social – Subsecretaría de Poblaciones y Etnias.

2. DESCRIPCIÓN DEL DOCUMENTO

El presente documento, contiene el análisis del sector del proceso de contratación adelantado por Santiago de Cali Distrito Especial Secretaría de Bienestar Social – Subsecretaría de Poblaciones y Etnias para la contratación del servicio de diseño e impresión de material POP “recursos gráficos, de publicidad o las exhibiciones utilizadas en el Punto de Venta para la promoción y difusión de una marca, categoría o producto” que respalde las actividades de la dependencia, conforme a las funciones establecidas en el Artículo 131 del Decreto Extraordinario Nº 411.0.20.0516 de 2016. Estos servicios permitirán a la Subsecretaría alcanzar sus objetivos al proporcionar un apoyo complementario para las actividades realizadas por las diferentes áreas de trabajo de la misma; lo anterior en cumplimiento del deber de las entidades estatales de analizar el mercado relativo al objeto del proceso de contratación, desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgo.

3. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la función asignada a las entidades estatales de adquisición de bienes, obras y servicios, las mismas se encuentran orientadas a satisfacer las necesidades de la Entidad y a obtener el mayor valor por dinero. En consecuencia, la Entidad debe entender y conocer: (a) cuál es su necesidad y cómo puede satisfacerla; (b) cómo y quiénes pueden proveer los bienes, obras y servicios que necesita; y (c) el contexto en el cual los posibles proveedores desarrollan su actividad.

El artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 del 2015, establece el deber de las Entidades Estatales de analizar el sector, es decir, el mercado relativo al objeto del proceso de contratación, desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgo. El resultado del análisis debe plasmarse en los estudios y documentos previos y debe ser proporcional al valor del proceso de contratación, la naturaleza del objeto a contratar, el tipo de contrato y a los riesgos identificados para el Proceso de Contratación.

El presente documento busca ayudar a la Secretaría de Bienestar Social – Subsecretaría de Poblaciones y Etnias a entender el mercado del bien, obra o servicio que la Entidad pretende adquirir, para estructurar el proceso de contratación con la información necesaria que permita alcanzar los objetivos de eficacia, eficiencia, economía, promoción de la competencia y manejo del riesgo.

La publicidad es una herramienta fundamental de marketing y las comunicaciones de manera colectiva. Permite a las organizaciones promocionar sus servicios o mensajes de manera efectiva. Dentro de la publicidad se genera el conocimiento de marca en el caso de la Alcaldía de Cali se podría hablar de Programas que beneficia a la ciudadanía habitante de Cali, a través de estrategias publicitarias efectivas, se puede lograr que el público objetivo identifique y reconozca un interés en específico. Una estrategia publicitaria bien ejecutada puede contribuir al fomento de la confianza y credibilidad del programa. Los materiales de POP publicitarios convincentes y coherentes pueden generar una imagen positiva de la Alcaldía Santiago de Cali en la mente de sus habitantes, La publicidad tiene el poder de estimular la demanda Los servicios y, en última instancia, influir en las decisiones. Una campaña publicitaria efectiva puede crear un sentido de necesidad o deseo en el público objetivo.

Existen diversos medios disponibles para llevar a cabo estrategias publicitarias. A continuación, se presentan algunos de los más utilizados:

Medios impresos: Los medios impresos, como periódicos, revistas y folletos, siguen siendo una opción popular para la publicidad. Estos medios ofrecen la ventaja de una mayor durabilidad y un alcance geográfico específico. Además, permiten segmentar la audiencia según los intereses y características demográficas.

Publicidad en línea: La publicidad en línea se ha convertido en una de las formas más populares de promoción. Incluye anuncios en sitios web, redes sociales, motores de búsqueda y otros canales digitales. La publicidad en línea ofrece la ventaja de un alcance global, una segmentación precisa y la capacidad de medir y analizar los resultados en tiempo real.

Publicidad en medios sociales: La publicidad en medios sociales se ha convertido en una opción popular debido a la gran cantidad de usuarios activos en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn. Estos medios ofrecen la posibilidad de llegar a audiencias específicas según sus intereses, comportamientos y características demográficas.

4. DEFINICIONES

Esta tabla proporciona definiciones claras de los términos claves relacionados con el análisis del sector para contratar el servicio logístico de apoyo complementario para las actividades de cada una de las líneas de trabajo de Subsecretaría de Poblaciones y Etnias, lo que facilita la comprensión de los conceptos esenciales para quienes leen o trabajan con el documento:

Tabla 1. Definiciones

Término/ Sigla	Definición
SUMINISTRO	El concepto de suministro hace referencia a la dotación o provisión de un objeto o bien para cualquier uso que se le quiera dar.
MATERIAL P.O.P	POP siglas en inglés de "Point of Purchase" (Punto de Compra). Se refiere a los materiales promocionales o publicitarios que se colocan en el punto de venta, ya sea en tiendas físicas o virtuales, con el objetivo de influir en la decisión de compra del consumidor. Estos materiales pueden incluir carteles, displays, folletos, stickers, entre otros elementos diseñados para llamar la atención del cliente, destacar productos específicos, promociones o lanzamientos, y facilitar la toma de decisiones en el momento de la compra.
PUBLICIDAD	Es una estrategia de comunicación que tiene como objetivo promover o vender productos, servicios, ideas o causas a través de diversos medios. A través de recursos visuales, sonoros o textuales, la publicidad busca persuadir, informar o recordar al público objetivo sobre determinados productos o mensajes.
MARKETING	Marketing se enfoca en conocer a los consumidores y clientes para ofrecerles lo que necesitan y desean de la manera en que más les gustaría adquirirlo. Es decir, que el marketing se aplica como una estrategia de valor agregado o diferencial respecto a los competidores y comprende un proceso empresarial que se interrelaciona con múltiples disciplinas, como la psicología, sociología, administración, comunicación y publicidad.

	Fuente: https://concepto.de/marketing/#ixzz8n3kWKTR6
COMUNICACIONES	La comunicación es la transmisión de información entre dos o más individuos, puesto que un participante le envía un mensaje a otro. Todos los seres vivos presentan alguna forma de comunicación, ya sea mediante palabras, señales químicas, sonidos o movimientos. Sin embargo, solo el ser humano tiene la capacidad para elaborar mensajes empleando un lenguaje. Fuente: https://concepto.de/comunicacion/#ixzz8n3mZewcv
FOLLETOS	Un folleto es un texto impreso en pequeñas hojas de diferentes formas que sirve como una herramienta publicitaria o informativa. Generalmente, los folletos son entregados en mano en la vía pública y tienen información de interés sobre restaurantes, bares, lugares turísticos, eventos o tiendas. También pueden circular en revistas o periódicos, o en distintos comercios, hoteles, oficinas y consultorios, para que quien los visite pueda tomar aquel que le interese. Fuente: https://concepto.de/folleto/#ixzz8n3nF3Hx3
PUBLICIDAD EN MEDIOS SOCIALES	La publicidad en redes sociales es un tipo de publicidad online que permite llegar a tu público objetivo, a través de una red social concreta, a cambio de una inversión monetaria. Puedes realizar campañas con un timing, objetivo publicitario y presupuesto determinado. Cada red social tiene su propia plataforma (salvo Instagram que utiliza la plataforma de Facebook) para crear y gestionar los anuncios. Puedes realizar y poner en marcha la publicidad de Facebook e Instagram desde el propio Business Manager. Es uno de los tipos de publicidad más utilizados actualmente debido a que permite segmentar detalladamente para alcanzar a los usuarios que estén interesados en tu producto o servicio, con unos costes más bajos que otros tipos de publicidad y con una mayor rentabilidad. Las opciones de segmentación son múltiples y variadas y permiten llegar al cliente ideal que está buscando tu producto o servicio.
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	La demografía es la ciencia que estudia a las poblaciones humanas de manera estadística, es decir, en base a datos numéricos y cálculos que permiten analizar diversos aspectos

	como el tamaño, la densidad, la distribución y las tasas de vitalidad de una población. La demografía analiza una amplia variedad de datos de una población (la edad, el sexo, la raza, etc.) según determinadas variables, como: El tamaño. Se refiere a la cantidad total de individuos y también se denomina “población absoluta”. La densidad. Se refiere al número promedio de habitantes por kilómetro cuadrado de un territorio. La distribución. Se refiere al número de nivel de concentración de habitantes en las diferentes regiones de una población. Las tasas de vitalidad. Se refiere al número estadístico de natalidad, fertilidad, migraciones, mortalidad, etc. Fuente: https://concepto.de/demografia/#ixzz8n3otX5L7
IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA	La identidad corporativa es el conjunto de características, valores y creencias que identifican a una marca y la diferencian de las demás. El objetivo de la identidad corporativa es dotar de personalidad a la marca y destacar aquellos atributos que la hacen única y diferente. Una identidad corporativa clara, homogénea, identificable y perdurable en el tiempo reporta beneficios como los siguientes: Incrementa el valor de la marca Contribuye a diferenciarse de la competencia Genera una mayor confianza hacia la marca y mejora su reputación Dota de coherencia a la comunicación en todos los soportes Ayuda a los consumidores a reconocer y recordar la marca Mejora el posicionamiento de la marca en la mente de los consumidores Todo ello deriva en un último beneficio: la obtención de la lealtad de los clientes. Eso sí, para ello debe ser coherente con los valores de la marca y con la calidad del producto o servicio. Solo así se conseguirá una audiencia fiel dispuesta a pagar más por los productos de la compañía.
FAMILIA Y NIÑEZ	Reconocer a las familias como sujetos colectivos de derechos y contribuir al logro de familias protectoras y con capacidades para la convivencia, democráticas, diversas y participativas,

	familias que progresan con oportunidad y calidad de vida, a través de procesos de orientación directa a las familias y/o en direccionamiento a las rutas de acceso a la oferta de servicios disponibles en la Comunidad.
PERSONAS MAYORES	Las personas mayores son sujetos de derecho y de especial protección constitucional, socialmente activos, con garantías y responsabilidades respecto de sí mismas, su familia, su sociedad, con su entorno inmediato y con las futuras generaciones. Las personas envejecen de múltiples maneras dependiendo de las experiencias, eventos cruciales y transiciones afrontadas durante sus cursos de vida, es decir, implica procesos de desarrollo y de deterioro. Generalmente, una persona mayor es una persona de 60 años de edad o más. Para mayor información consulte Observatorio Nacional de envejecimiento y vejez Páginas - Observatorio Nacional de Envejecimiento y Vejez (sispro.gov.co)
SERVICIOS DE ATENCIÓN INTEGRAL	Se entiende el conjunto de acciones coordinadas con el fin de satisfacer las necesidades esenciales para preservar la vida y aquellas relacionadas con el desarrollo y aprendizaje humano, acorde con sus características, necesidades e intereses.
RESTABLECIMIENTO DE DERECHOS	La restauración de su dignidad e integridad como sujetos y de la capacidad para hacer un ejercicio efectivo de los derechos que le han sido vulnerados (Art 50).

Fuente: Elaboración propia.

5. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

De acuerdo con los lineamientos de la Agencia Nacional para la Contratación Pública-Colombia Compra Eficiente, la Entidad Estatal debe revisar los aspectos generales del mercado del bien, obra o servicio que sean relevantes en el proceso de contratación. Para ello se realiza un análisis en el contexto económico, técnico, regulatorio, innovador y/o comercial que puede tener un alcance local, regional, nacional o internacional, dependiendo del proceso de contratación.

A continuación, se detallan los aspectos relevantes de cada uno:

5.1. ASPECTOS ECONÓMICOS

Para la prestación del servicio a contratar, cabe resaltar se tendrán en cuenta actividades que para su desarrollo se podrían ver afectadas por algunas fluctuaciones tanto en el valor de las materias primas, niveles de producción u otros elementos que hacen parte de su cumplimiento en la prestación del servicio. A continuación, se observa el comportamiento en los últimos años, de las principales variables económicas con referencia a las variaciones históricas de la demanda en caso tal de existir.

Entorno económico global

El crecimiento global, estimado en un 3.2 por ciento en 2023, se proyecta que continúe al mismo ritmo en 2024 y 2025. La previsión para 2024 se revisa al alza en 0.1 punto porcentual desde la Actualización de Perspectivas Económicas Mundiales (WEO) de enero de 2024, y en 0.3 punto porcentual desde el WEO de octubre de 2023. El ritmo de expansión es bajo en comparación con estándares históricos, debido tanto a factores a corto plazo, como los costos de endeudamiento aún elevados y la retirada del apoyo fiscal, como a efectos a más largo plazo de la pandemia de COVID-19 y la invasión de Ucrania por parte de Rusia; un débil crecimiento en la productividad; y una creciente fragmentación geoeconómica. Se espera que la inflación global disminuya de un promedio anual del 6.8 por ciento en 2023 al 5.9 por ciento en 2024 y al 4.5 por ciento en 2025, con las economías avanzadas volviendo a sus objetivos de inflación antes que las economías de mercados emergentes y en desarrollo. La última previsión de crecimiento global dentro de cinco años, de un 3.1 por ciento, es la más baja en décadas. El ritmo de convergencia hacia estándares de vida más altos para países de ingresos medios y bajos se ha ralentizado, lo que implica una persistencia en las disparidades económicas globales. Así mismo, la perspectiva a medio plazo relativamente débil refleja un menor crecimiento en el PIB per cápita, especialmente debido a fricciones estructurales persistentes que impiden que el capital y el trabajo se muevan hacia empresas productivas. Existen perspectivas más sombrías para el crecimiento en China y otras grandes economías de mercados emergentes, dada su creciente participación en la economía global, pesarán sobre las perspectivas de los socios comerciales.

Los riesgos para la perspectiva global están ahora ampliamente equilibrados. En el lado negativo, nuevos aumentos de precios derivados de tensiones geopolíticas, incluidos los de la guerra en Ucrania y el conflicto en Gaza e Israel, podrían, junto con la inflación subyacente persistente donde los mercados laborales siguen estando ajustados, aumentar las expectativas de tasas de interés y reducir los precios de los activos. Una divergencia en las velocidades de desinflación entre las principales economías también podría provocar movimientos de divisas que pongan bajo presión a

los sectores financieros. Las altas tasas de interés podrían tener efectos de enfriamiento mayores de lo previsto a medida que se renegocien las hipotecas a tipo fijo y los hogares se enfrenten a una alta deuda, causando estrés financiero. En China, sin una respuesta integral al sector inmobiliario en problemas, el crecimiento podría tambalearse, perjudicando a los socios comerciales. En medio de una alta deuda gubernamental en muchas economías, un giro disruptivo hacia aumentos de impuestos y recortes de gastos podría debilitar la actividad, erosionar la confianza y socavar el apoyo a la reforma y el gasto para reducir los riesgos del cambio climático. La fragmentación geoeconómica podría intensificarse, con barreras más altas al flujo de bienes, capital y personas implicando un freno en el lado de la oferta. En el lado positivo, una política fiscal más flexible de lo necesario y asumido en las proyecciones podría aumentar la actividad económica a corto plazo, aunque con el riesgo de ajustes de políticas más costosos más adelante. La inflación podría caer más rápido de lo esperado gracias a nuevos aumentos en la participación de la fuerza laboral, lo que permitiría a los bancos centrales adelantar sus planes de flexibilización. La inteligencia artificial y reformas estructurales más sólidas de lo anticipado podrían impulsar la productividad.

A medida que la economía global se acerca a un aterrizaje suave, la prioridad a corto plazo para los bancos centrales es asegurar que la inflación aterrice suavemente, ni aliviando las políticas prematuramente ni retrasándose demasiado y causando incumplimientos de objetivos. Al mismo tiempo, a medida que los bancos centrales adoptan una postura menos restrictiva, es necesario un renovado enfoque en la implementación de consolidación fiscal a medio plazo para reconstruir espacio para maniobras presupuestarias e inversiones prioritarias, y para garantizar la sostenibilidad de la deuda[1].

Entorno económico nacional-Producto Interno Bruto (PIB)

El Producto Interno Bruto (PIB) es una medida monetaria del valor total de todos los bienes y servicios producidos dentro del territorio de un país durante un período de tiempo específico, generalmente un trimestre o un año. Es una de las principales herramientas utilizadas para evaluar la salud y el rendimiento económico de un país.

La importancia del PIB radica en varios aspectos clave:

Indicador de tamaño de la economía: El PIB proporciona una medida cuantitativa del tamaño de la economía de un país. Cuanto mayor sea el PIB, mayor será la producción de bienes y servicios en la economía, lo que generalmente se asocia con un mayor nivel de desarrollo económico.

[1] https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2024/04/16/world-economic-outlook-april-2024

- Indicador de crecimiento económico: Los cambios en el PIB con el tiempo reflejan el crecimiento económico o la contracción de una economía. Un aumento en el PIB indica un crecimiento económico, mientras que una disminución indica una recesión. El crecimiento sostenido del PIB es fundamental para el aumento del empleo, la mejora del nivel de vida y el progreso económico en general.

- Base para políticas económicas: Los responsables de la formulación de políticas gubernamentales y los economistas utilizan el PIB para evaluar el impacto de las políticas económicas y sociales, así como para diseñar estrategias para estimular el crecimiento económico, como políticas fiscales y monetarias.

- Comparaciones internacionales: El PIB se utiliza para comparar el tamaño de las economías entre diferentes países. Esto ayuda a comprender la posición relativa de un país en la economía global y a evaluar su competitividad económica.

- Indicador de bienestar económico: Aunque el PIB es una medida importante, no captura completamente el bienestar económico de una sociedad. Sin embargo, suele estar correlacionado positivamente con indicadores de bienestar, como el ingreso per cápita, el acceso a servicios sociales y la calidad de vida en general.

En resumen, el Producto Interno Bruto es una medida fundamental para evaluar la actividad económica de un país, su crecimiento, su tamaño relativo en la economía global y su bienestar económico general. Es una herramienta crucial para los responsables de la formulación de políticas, los inversionistas, los analistas y otros actores interesados en entender y mejorar la economía de un país.

El Producto Interno Bruto crece 0,7% en el primer trimestre del 2024 respecto al mismo periodo del 2023. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,3% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual).
- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 5,5% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).
- Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental crece 4,5% (contribuye 0,2 puntos porcentuales a la variación anual).

Administración pública y defensa

En el primer trimestre de 2024, el valor agregado de la administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,3% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria crece 9,4%.
- Educación crece 1,1%.
- Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,7%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de la administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece en 2,0%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria crece 4,0%. Educación crece 0,5%.
- Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 1,6%.

Tabla 2, Administración pública y defensa, Tasas de crecimiento en volumen Primer Trimestre 2024.

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2024^{pr}-I / 2023^{pr}-I	2024^{pr}-I / 2023^{pr}-IV
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	9,4	4,0
Educación	1,1	0,5
Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales	4,7	1,6
Administración pública y defensa [1]	**5,3**	**2,0**

Fuente: Boletín Técnico Producto Interno Bruto (PIB) I Trimestre 2024 Preliminar, Mayo 2024, DANE.

Comercio al por mayor y al por menor

En el primer trimestre de 2024, 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 2023. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

- 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%.

Índice de Precios al Consumidor (IPC) - Julio 2024

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) es una medida estadística que calcula la variación promedio en los precios de un conjunto específico de bienes y servicios que los consumidores adquieren y consumen habitualmente durante un período de tiempo determinado. Este conjunto de bienes y servicios, conocido como "canasta de productos", suele representar los patrones de consumo de la población objetivo del índice, que generalmente incluye alimentos, vivienda, transporte, atención médica, educación, entre otros elementos básicos.

La importancia del IPC radica en varios aspectos:

- Indicador clave de inflación: El IPC es una de las medidas más utilizadas para evaluar la inflación en una economía. La inflación se refiere al aumento generalizado y sostenido en los precios de bienes y servicios durante un período de tiempo. Un IPC creciente indica que los

precios están subiendo, lo que puede tener impactos significativos en el poder adquisitivo de los consumidores, el costo de vida, las políticas fiscales y monetarias, entre otros aspectos económicos.

- Ajustes en contratos y salarios: Muchos contratos, incluidos los contratos de alquiler, las pensiones y los salarios, están indexados al IPC. Esto significa que los pagos se ajustan automáticamente para reflejar los cambios en el costo de vida. Por lo tanto, el IPC es fundamental para garantizar que estos ajustes sean precisos y reflejen adecuadamente la evolución de los precios.

- Política económica: Los responsables de formular políticas, como los bancos centrales y los gobiernos, utilizan el IPC como una herramienta importante para diseñar y evaluar políticas económicas. Por ejemplo, los bancos centrales pueden utilizar las lecturas del IPC para tomar decisiones sobre las tasas de interés y otras políticas monetarias con el objetivo de controlar la inflación y mantener la estabilidad económica.

- Comparaciones internacionales: El IPC también se utiliza para comparar los niveles de precios entre diferentes países. Esto es útil para evaluar la competitividad económica, el costo de vida relativo y otros aspectos importantes en el contexto de la economía global.

En resumen, el Índice de Precios al Consumidor es una herramienta fundamental para medir la inflación, ajustar contratos y salarios, formular políticas económicas y realizar comparaciones internacionales, lo que lo convierte en una medida crucial para comprender y gestionar la economía de un país.

Gráfica 1, IPC Variaciones - Total Nacional - Julio 2023 - 2024

IPC	Julio					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
IPC total	0,50	0,20	6,68	4,32	11,78	6,86

Fuente: Boletín Índice de Precios al Consumidor (IPC), DANE, Abril 2024.

En el mes de Junio de 2024 la variación mensual del IPC fue 0,2% comparada con Junio del mismo año, la variación año corrido fue de 4,32%. En Julio de 2024 la variación anual del IPC fue 6,86%, es decir 4,92 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 11,78%. Cinco divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,20%): Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,45%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,33%), Salud (0,24%), Restaurantes y hoteles (0,22%) y por último, Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,21%). Por debajo se ubicaron: Bienes y servicios diversos (0,10%), Recreación y cultura (0,02%), Educación (0,00%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (-0,06%), Transporte (-0,08%), Prendas de vestir y calzado (-0,08%) y por último, Información y comunicación (-0,15%).

Salario mínimo legal vigente

El salario mínimo se define en Colombia, mediante Decreto Nacional, luego de las correspondientes deliberaciones entre el sector empresarial, gremio de trabajadores y el gobierno nacional. Durante los últimos 10 años la variación anual se ubica en el promedio del 6,35%.

Tabla 3, Variación del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente 2015-2024

AÑO	SMMLV	VARIACIÓN % ANUAL	DECRETO DEL GOBIERNO NACIONAL
2015	644.350	4,60%	2731 de diciembre 30 de 2014
2016	689.455	7,00%	252 de diciembre 30 de 2015
2017	737.717	7,00%	2209 de diciembre 30 de 2016
2018	781.242	5,90%	2269 de diciembre 30 de 2017
2019	828.116	6,00%	2451 de 27 diciembre de 2018
2020	877.803	6,00%	2360 del 26 de diciembre de 2019
2021	908.526	3,50%	1785 del 29 de diciembre de 2020

2022	1.000.000	10,07 %	1724 del 15 de diciembre de 2021.
2023	1.160.000	16,00 %	2613 del 28 de diciembre de 2022.
2024	1.300.000	10,77%	2292 del 29 de diciembre de 2023

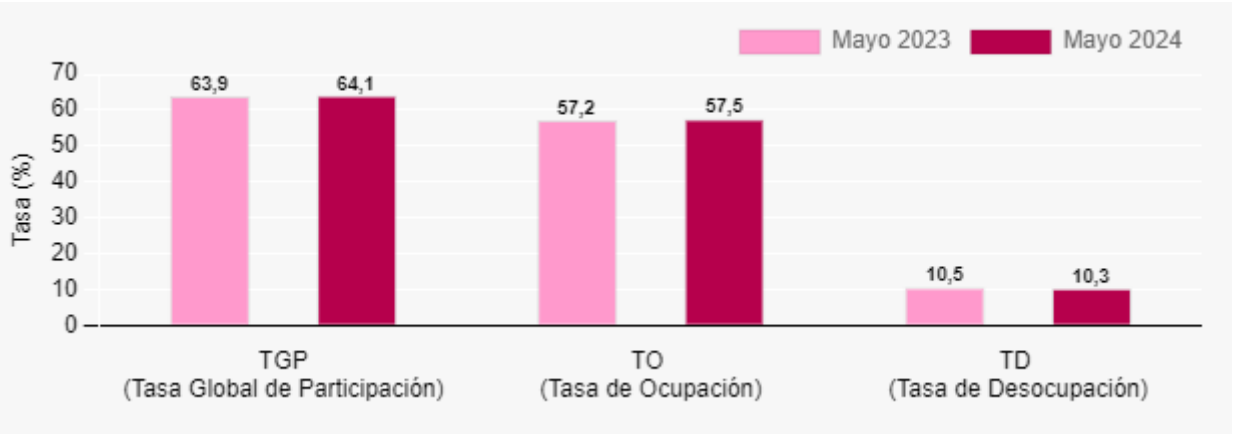
Fuente: Elaboración Propia

Mercado laboral

Para el mes de Mayo de 2024, la tasa de desocupación del total nacional fue 10,3%, lo que representó una disminución de 0,2 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2023 (10,5%). La tasa global de participación se ubicó en 63,9%, mientras que en el mismo mes del año anterior fue 64,1%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 57,5%, lo que representó un aumento de 0,3 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2023 (57,2%).

En el total nacional, la tasa de desocupación del trimestre móvil marzo - mayo 2024 fue 10,7%, mientras que en el trimestre móvil marzo - mayo 2023 fue 10,4%. La tasa global de participación se ubicó en 64,0% y la tasa de ocupación en 57,1%, estas tasas en el mismo periodo de 2023 fueron 64,3% y 57,6%, respectivamente.

Gráfico 2, Tasa global de participación, ocupación y desocupación Total nacional, marzo (2023-2024)



Fuente: Boletín Mercado laboral, DANE, Marzo 2024.

CLASIFICACIÓN DE LOS BIENES – CIIU

De acuerdo a lo establecido con la estructura detallada de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme adaptada para Colombia - CIIU Rev. 4 AC, el diseño e impresión de material POP es un servicio que se encuentra ubicado en el sector de “Actividades de impresión y de producción de copias a partir de grabaciones originales”, bajo los códigos CIIU 1811-Actividades de impresión y 1812-Actividades de servicios relacionados con la impresión. Dentro de este servicio, están incluidas:

- La impresión por cuenta de terceros, a cambio de una retribución o por contrata de productos, tales como diarios, libros, periódicos, formularios de negocios, tarjetas de felicitación y otros materiales impresos y actividades de apoyo relacionadas (encuadernados, elaboración de placas de impresión y preparación de imágenes a partir de datos). La impresión puede ser realizada usando varias técnicas y sobre diferentes materiales.
- La impresión de periódicos, libros de todo tipo, incluso libros animados, la impresión de publicaciones periódicas (revistas, folletos); mapas, directorios telefónicos y similares.
- La impresión de tarjetas para tabulación, cuadernos para dibujo, cuadernos de ejercicios y similares.
- La impresión de sellos postales, timbres fiscales y papel moneda, formas para cheques y letras, bonos y demás documentos de título valor, entre otros.
- La impresión de tarjetas con cinta magnética o con circuito integrado (tarjetas inteligentes) utilizadas en tarjetas de crédito, débito, para acceso a sitios restringidos, transporte masivo, tarjetas SIM y similares.
- La impresión litográfica de envases, empaques y embalajes.
- La impresión de tarjetas postales y juegos didácticos, cromos, estampas, naipes, calcomanías, etc.
- La impresión de materiales publicitarios, tales como: carteles y avisos litográficos; afiches; catálogos publicitarios; almanaques y calendarios; diarios y agendas temáticas; formularios comerciales; papel de correspondencia, y otros materiales impresos.
- La impresión directa sobre productos de papel, madera, plástico, vidrio, metal y cerámica.
- La impresión directa sobre textiles y prendas de vestir por impresión serigráfica u otras técnicas de impresión similares.
- La impresión en etiquetas o marbetes (por impresión litográfica, fotograbado, flexográfica, entre otros), realizada a cambio de una retribución o por contrata.
- La producción de productos de reprografía, el diseño de productos impresos; por ejemplo, bocetos, diagramas, patrones, etc.
- La encuadernación de hojas impresas para confeccionar libros, folletos, revistas, catálogos,

etc., mediante: colado, ensamblado, cosido, engomado, encolado, basteado, encuadernación con adhesivo, recortado y estampado en oro.

De conformidad con el Numeral 2 del artículo 2.2.1.2.1.5.1 del decreto 1082 de 2015, mediante el cual se adoptó la clasificación de bienes y servicios de las Naciones Unidas UNSPSC, el servicio requerido para el presente proceso de contratación presenta la siguiente clasificación:

Tabla 4, Códigos UNSPSC para el servicio diseño e impresión de material que respalde las actividades de la dependencia.

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTOS
82-Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8210-Publicidad	821015-Publicidad impresa	
73-Servicios de Producción Industrial y Manufactura	7315-Servicios de apoyo a la fabricación	731519-Servicios a la industria de impresión	
82-Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8212-Servicios de reproducción	821215-Impresión	
82-Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8214-Diseño gráfico	821415-Servicios de diseño artístico	82141504-Servicios de diseño de gráficos o gráficas

Fuente: Clasificador de bienes y servicios, Colombia Compra Eficiente.

5.2. ASPECTOS TÉCNICOS

El material POP (Point of Purchase, por sus siglas en inglés) se refiere a todos aquellos materiales y herramientas promocionales utilizados en puntos de venta para captar la atención del consumidor e incentivar la compra de productos. Estos materiales están diseñados para destacar productos específicos, promociones o marcas dentro de una tienda o en un área de venta.

Tipos Comunes de Material POP

- **Displays:** Estructuras que se utilizan para exhibir productos de manera destacada. Pueden

ser estantes, expositores de piso, mostradores o incluso displays de pie.

- **Stands:** Soportes o estructuras que muestran productos o información promocional.
- **Carteles y Posters:** Elementos gráficos que se colocan en paredes, puertas o áreas específicas para comunicar promociones, descuentos o destacar un producto.
- **Wobblers:** Pequeñas piezas de plástico o cartón que se adhieren a los estantes y que se mueven (oscilan) para atraer la atención hacia un producto.
- **Danglers:** Elementos colgantes que se suspenden del techo o de otros soportes, diseñados para atraer la vista hacia ellos.
- **Standees:** Figuras recortadas de tamaño real que suelen representar personajes, productos o celebridades, utilizadas para captar la atención de los clientes.
- **Vinilos adhesivos:** Se utilizan en paredes, suelos, escaparates o vitrinas para promocionar productos, ofertas o simplemente para decorar.
- **Folletería:** Incluye folletos, trípticos, dípticos o volantes que contienen información detallada sobre un producto o promoción.
- **Packaging especial:** Envases diseñados de manera atractiva que se destacan en los puntos de venta.

Funciones del Material POP

- **Atraer la atención:** Su diseño visualmente atractivo tiene como objetivo captar la atención del consumidor en un entorno saturado de productos.
- **Comunicar información:** Proporciona información sobre productos, promociones, descuentos, etc., de manera rápida y clara.
- **Diferenciación:** Ayuda a una marca o producto a destacarse frente a la competencia.
- **Estimular la compra impulsiva:** Al resaltar promociones o características especiales de un producto, el material POP puede incitar a los consumidores a realizar compras no planificadas.
- **Refuerzo de la marca:** Mejora la percepción de la marca mediante la repetición visual y el posicionamiento estratégico.

El material POP es una herramienta clave en el merchandising y la estrategia de marketing dentro del punto de venta, diseñada para influir directamente en las decisiones de compra del consumidor. Así mismo, este tipo de material se utiliza principalmente para apoyar y potenciar las ventas en los puntos de venta, como tiendas, supermercados, farmacias, entre otros, teniendo las siguientes funciones:

1. Captar la Atención del Cliente

- **Diferenciación del Producto:** Ayuda a destacar un producto específico en un entorno

competitivo, haciendo que sea más visible y atractivo para los consumidores.

- **Atractivo Visual:** Utiliza elementos de diseño que captan la atención del cliente mientras navega por la tienda, lo que aumenta la probabilidad de que noten el producto o la promoción.

2. Comunicar Promociones y Ofertas

- **Información sobre Descuentos y Ofertas Especiales:** Facilita la comunicación directa de promociones temporales, descuentos, y ofertas exclusivas, incentivando la compra.
- **Presentación de Nuevos Productos:** Se utiliza para lanzar y promover nuevos productos en el mercado, creando conciencia y curiosidad entre los consumidores.

3. Impulsar la Compra por Impulso

- **Generación de Compra Inmediata:** Al situarse en lugares estratégicos (como cerca de las cajas o en zonas de alta circulación), el material POP puede provocar compras impulsivas, especialmente cuando se trata de productos de bajo costo o novedades.

4. Refuerzo de la Identidad de Marca

- **Construcción de Marca:** Refuerza la identidad visual y los valores de la marca, utilizando colores, logotipos, y mensajes consistentes que ayudan a fortalecer el reconocimiento y la lealtad del cliente.
- **Experiencia de Marca:** Mejora la experiencia del cliente en el punto de venta, creando una conexión emocional con la marca a través de un diseño atractivo y mensajes bien elaborados.

5. Educación y Orientación del Cliente

- **Provisión de Información:** Proporciona información importante sobre el producto, como características, beneficios, modos de uso, etc., lo que ayuda al cliente a tomar decisiones informadas.
- **Guía de Productos:** Facilita la orientación en la tienda, ayudando a los clientes a encontrar productos o secciones específicas.

6. Apoyo a Estrategias de Venta

- **Promoción Cruzada:** Se puede utilizar para sugerir productos complementarios o promover compras combinadas, aumentando el valor promedio de las transacciones.
- **Incremento de Ventas en Temporadas Específicas:** Se utiliza para aprovechar fechas especiales, temporadas de alto consumo o eventos promocionales, como Navidad, Black Friday, etc.

Por otro lado, también es una herramienta integral en la estrategia de marketing y ventas que busca maximizar el impacto visual y emocional del producto en el punto de venta, influir en las decisiones de compra del consumidor, y reforzar la presencia de la marca. El diseño e impresión de material POP (Point of Purchase) implica varios componentes técnicos que abarcan tanto el diseño gráfico como la producción física. Los elementos claves del diseño e impresión de este tipo de materiales se enmarcan en los siguientes aspectos:

1. Diseño Gráfico

- **Software de Diseño:** Se utilizan programas como Adobe Illustrator, Photoshop, CorelDRAW, o InDesign para crear los diseños.
- **Formato de Archivo:** Los formatos comunes para la impresión son PDF, EPS, AI, o TIFF. Es importante que los archivos estén en alta resolución (300 dpi o más) y en modo de color CMYK.
- **Tipografía:** Selección de fuentes que sean legibles a diferentes distancias y tamaños. Se debe prestar atención al kerning, tracking, y leading para asegurar una correcta legibilidad.
- **Imágenes y Gráficos:** Uso de imágenes de alta resolución, gráficos vectoriales para asegurar que no haya pérdida de calidad al escalar el diseño.
- **Color:** Uso de paletas de color consistentes. Los diseñadores suelen trabajar en CMYK para impresión y pueden utilizar guías de color Pantone para asegurar la fidelidad del color en la impresión.

2. Materiales

- **Sustratos:** Selección del material sobre el que se imprimirá, como papel, cartulina, vinilo, plástico, PVC, foam board, etc. La elección depende del uso final del POP (interior, exterior, temporal, permanente).
- **Acabados:** Considerar barnices, laminados, estampado en caliente, troquelado, repujado, etc., que pueden agregar un valor táctil o visual al material POP.

3. Proceso de Impresión

- **Tipos de Impresión:**
  - **Offset:** Ideal para tiradas grandes, ofrece alta calidad y precisión de color.
  - **Digital:** Más adecuada para tiradas pequeñas o personalizadas. Menor costo inicial y tiempo de respuesta más rápido.
  - **Serigrafía:** Utilizada para imprimir en materiales no tradicionales o superficies grandes como lonas o carteles.
  - **Impresión en Gran Formato:** Para banners, pósters, displays, y otros elementos de gran tamaño.
- **Pruebas de Color:** Antes de la impresión final, se realizan pruebas de color para asegurar la fidelidad del diseño con respecto a lo que se verá en el material impreso.

4. Acabados y Montaje

- **Corte y Troquelado:** Corte preciso de los materiales impresos según el diseño, ya sea mediante troquelado (cortes con formas específicas) o corte láser.
- **Ensamblaje:** Si el material POP es tridimensional (como un standee o un display), se debe planificar y realizar el montaje, que puede incluir plegado, pegado, o ensamblaje de piezas.

5. Logística y Distribución

- **Empaque:** El material POP debe ser empaquetado adecuadamente para evitar daños durante

el transporte.

- **Transporte y Distribución:** Coordinación para que los materiales lleguen a los puntos de venta de manera oportuna y en buenas condiciones.

Ahora bien, para los procesos de administración pública, el material POP suele estar relacionados en contextos muy concretos, por ejemplo:

1. Campañas de Comunicación Pública

- **Difusión de Información:** En la administración pública, el material POP puede ser utilizado para difundir información sobre programas gubernamentales, campañas de salud pública, elecciones, o iniciativas comunitarias. Por ejemplo, en centros de salud o instituciones públicas, se pueden colocar displays, carteles, o folletos para educar a la población sobre temas como vacunación, prevención de enfermedades, o derechos y deberes ciudadanos.
- **Promoción de Servicios Públicos:** Las agencias gubernamentales pueden utilizar material POP para promover servicios que ofrecen, como la inscripción en programas sociales, actividades culturales, o eventos educativos.

2. Control y Regulación

- **Normativas de Publicidad en Espacios Públicos:** La administración pública tiene un rol en la regulación de la colocación y uso de material POP en espacios públicos y privados. Esto incluye la aprobación de permisos para la instalación de elementos promocionales, así como la supervisión para asegurar que estos materiales cumplan con las normativas locales, como evitar la contaminación visual o cumplir con las reglas de seguridad.
- **Campañas de Cumplimiento Normativo:** Las autoridades pueden utilizar material POP para recordar a los ciudadanos y empresas sobre regulaciones importantes, como la prohibición de venta de alcohol a menores, o normas de comportamiento en espacios públicos.

3. Apoyo a Programas de Desarrollo Económico

- **Iniciativas de Comercio Local:** La administración pública puede apoyar a pequeños comercios locales en la promoción de sus productos a través de la provisión de material POP diseñado para fomentar el consumo local. Esto puede ser parte de programas de revitalización de áreas comerciales o de apoyo a emprendedores.
- **Capacitación y Asistencia Técnica:** En algunos casos, los gobiernos ofrecen capacitaciones a pequeñas y medianas empresas sobre cómo utilizar eficazmente el material POP para mejorar sus ventas, lo que contribuye al desarrollo económico local.

4. Transparencia y Participación Ciudadana

- **Fomentar la Participación Ciudadana:** Material POP puede ser utilizado para incentivar la participación de los ciudadanos en procesos de toma de decisiones públicas, como audiencias, consultas, o votaciones. Por ejemplo, en las oficinas de registro electoral, se

puede utilizar material POP para informar a los ciudadanos sobre fechas clave, procedimientos de votación, o cambios en las leyes electorales.

- **Promoción de la Transparencia:** Los organismos públicos pueden usar material POP para comunicar de manera transparente el uso de recursos, resultados de programas, o avances en proyectos de infraestructura, lo cual puede fortalecer la confianza pública.

5. Gestión de Crisis y Emergencias

- **Información en Situaciones de Emergencia:** Durante crisis sanitarias, desastres naturales, o emergencias públicas, el material POP puede ser utilizado para distribuir información crucial en puntos estratégicos, como centros de evacuación, hospitales, o estaciones de transporte público, ayudando a guiar y proteger a la población.

En resumen, aunque el material POP es principalmente una herramienta de marketing y ventas, en el contexto de la administración pública puede ser utilizado para comunicar, educar, regular, y fomentar la participación ciudadana, adaptándose a las necesidades de comunicación e interacción del sector público con la sociedad.

5.3. ASPECTOS REGULATORIOS

En Colombia, el marco normativo relacionado con el material POP (Point of Purchase) abarca varias leyes y regulaciones que se enfocan en la publicidad exterior visual, el uso de espacios públicos, y las normativas de comercio:

1. Regulación de Publicidad Exterior Visual

- Ley 140 de 1994: Esta ley regula la publicidad exterior visual en Colombia, definiendo las normas sobre la instalación de avisos, vallas, y otros elementos publicitarios en espacios públicos y privados. Aunque se enfoca principalmente en la publicidad exterior, algunas de sus disposiciones pueden aplicarse a ciertos tipos de material POP que se visualizan desde espacios públicos.
  - Permisos y Licencias: Para instalar material POP que sea visible desde la vía pública, como avisos en fachadas o vitrinas, se requiere obtener permisos de las autoridades locales. Las características del material (tamaño, iluminación, ubicación) deben cumplir con las especificaciones de esta ley.
  - Restricciones de Ubicación: La ley establece restricciones sobre dónde se pueden ubicar elementos publicitarios para evitar la contaminación visual, proteger el patrimonio cultural y garantizar la seguridad vial.
  - Sanciones: El incumplimiento de las disposiciones de esta ley puede dar lugar a

sanciones, incluyendo multas y la obligación de retirar el material publicitario no autorizado.

2. Normativas Locales

- Acuerdos y Decretos Municipales: Cada municipio en Colombia puede tener regulaciones específicas sobre la publicidad y el uso del espacio público que afectan al material POP. Por ejemplo, en Bogotá, el Acuerdo 79 de 2003 establece disposiciones adicionales sobre la publicidad exterior y el uso del espacio público.
    - Regulación del Espacio Público: Normas sobre la ocupación temporal del espacio público, como ferias comerciales o eventos promocionales donde se utilice material POP.
    - Restricciones Ambientales: Algunas ciudades, como Medellín y Cali, han implementado normas para reducir la contaminación visual y lumínica, lo que puede afectar el diseño y ubicación del material POP.

3. Regulación de Comercio y Protección al Consumidor

- Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor): Esta ley protege los derechos de los consumidores y establece normas sobre la información que se debe proporcionar en la publicidad y promoción de productos, incluyendo el material POP.
    - Transparencia en la Información: El material POP utilizado en los puntos de venta debe proporcionar información veraz, clara y suficiente sobre los productos o servicios que promociona.
    - Prohibición de Publicidad Engañosa: La ley prohíbe el uso de material publicitario que pueda inducir a error o confusión al consumidor.

4. Propiedad Intelectual

- Ley 23 de 1982 (Ley de Derechos de Autor): Regula los derechos de autor sobre las obras gráficas y de diseño, incluyendo el material POP. El diseño de este material debe respetar los derechos de propiedad intelectual de terceros.
- Ley 178 de 2013 (Modificación a la Ley de Propiedad Industrial): Regula el uso de marcas y signos distintivos en el material POP, asegurando que se respete la propiedad industrial registrada en Colombia.

5. Normas Ambientales

- Ley 99 de 1993 (Ley General Ambiental): Aunque no regula directamente el material POP, establece principios ambientales que pueden influir en las prácticas de producción y disposición de estos materiales, promoviendo el uso de materiales reciclables y la reducción de residuos.

6. Seguridad y Salud en el Trabajo

- Resolución 2400 de 1979 (Normas sobre Seguridad en el Trabajo): Si el material POP involucra montaje, instalación o manipulación en el punto de venta, se deben seguir las normativas sobre seguridad industrial para proteger a los trabajadores que interactúan con estos materiales.

Así mismo, en Colombia, la comunicación gubernamental está regida por un conjunto de normativas y principios que buscan garantizar la transparencia, la objetividad, la legalidad y la efectividad en la comunicación entre el Estado y la ciudadanía:

1. Constitución Política de Colombia

- Artículo 20: Establece el derecho fundamental a la libertad de expresión, lo que incluye la libertad de recibir información veraz e imparcial. Este artículo es la base para que el Estado tenga la obligación de comunicar de manera clara y precisa a la ciudadanía sobre sus acciones y decisiones.
- Artículo 74: Consagra el derecho de acceso a documentos públicos, reforzando la transparencia en la comunicación gubernamental.

2. Ley 489 de 1998 (Ley de Modernización del Estado)

- Principios de Publicidad y Transparencia: La ley establece que todas las actuaciones de la administración pública deben ser públicas y transparentes. La comunicación gubernamental debe cumplir con estos principios, asegurando que la información sea accesible y comprensible para todos los ciudadanos.
- Participación Ciudadana: Se establece que el Estado debe fomentar la participación de los ciudadanos en las decisiones que los afectan, lo que implica una comunicación efectiva y oportuna.

3. Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública)

- Derecho de Acceso a la Información: La ley garantiza el acceso a la información pública, obligando a las entidades del Estado a divulgar información sobre sus actividades, decisiones y políticas de manera proactiva y mediante canales accesibles.
- Obligaciones de Publicidad: Establece que las entidades públicas deben publicar de manera regular y sistemática información relevante, como resultados de gestión, presupuestos, contrataciones, y políticas públicas, en medios accesibles para la ciudadanía.

4. Decreto 1081 de 2015 (Decreto Único Reglamentario del Sector Presidencia de la República)

- Reglamentación de la Publicidad y Comunicación Oficial: Este decreto reglamenta la forma en que las entidades públicas deben manejar la publicidad y la comunicación oficial, asegurando que toda la información emitida sea objetiva, imparcial y relevante para el interés público.
- Control y Supervisión: El decreto establece mecanismos de control y supervisión para garantizar que la comunicación gubernamental no sea utilizada con fines partidistas o de proselitismo político.

5. Ley 130 de 1994 (Estatuto Básico de los Partidos y Movimientos Políticos)

- Prohibición de Publicidad Partidista en Comunicación Gubernamental: Establece que los recursos públicos no pueden ser utilizados para la promoción de partidos políticos o para actividades de proselitismo. La comunicación gubernamental debe ser neutral y no influir en procesos electorales.

6. Ley 1474 de 2011 (Estatuto Anticorrupción)

- Transparencia en la Comunicación: Esta ley refuerza la obligación del Estado de ser transparente en todas sus comunicaciones, particularmente en lo que respecta a la gestión de recursos públicos y la lucha contra la corrupción.

7. Código Electoral Colombiano (Ley 163 de 1994 y posteriores reformas)

- Restricciones durante Periodos Electorales: Regula la comunicación y publicidad del gobierno durante periodos electorales, estableciendo límites para evitar que la comunicación gubernamental afecte la equidad en las elecciones.

8. Manual de Políticas y Procedimientos de Comunicación Pública

- Directrices Internas: Aunque no es una ley, este tipo de manuales desarrollados por entidades del Estado, como la Presidencia de la República o ministerios específicos, establecen directrices para la comunicación pública, incluyendo la gestión de medios, estrategias de comunicación, y protocolos para la emisión de información oficial.

9. Normas sobre Propaganda Estatal

- Ley 996 de 2005 (Ley de Garantías Electorales): Prohíbe la utilización de la propaganda estatal para promover logros de gobierno durante campañas electorales. Establece restricciones sobre la publicidad y comunicación institucional para evitar que influya en los procesos electorales.

10. Responsabilidad Social y Ética

- Código de Buen Gobierno: Aunque no es vinculante, muchas entidades públicas adoptan códigos de buen gobierno que incluyen principios éticos y de responsabilidad social en la comunicación gubernamental, promoviendo la transparencia, la rendición de cuentas y el respeto a los derechos de los ciudadanos.

11. Medios de Comunicación del Estado

- Regulación de Contenidos: Los medios de comunicación públicos, como el Canal Institucional o la Radio Nacional de Colombia, están regulados por normativas que aseguran la imparcialidad, la pluralidad, y el enfoque en el interés público en sus contenidos.

5.4. ACUERDOS COMERCIALES

En virtud de lo señalado en el numeral 8, del Artículo 2.2.1.1.2.1.1. del Decreto 1082 de 2015, la Alcaldía no solo está sujeta al Estatuto General de Contratación sino también a las obligaciones de carácter internacional derivadas de los Acuerdos Comerciales, cuyo objetivo es brindar a las empresas colombianas y las de sus socios comerciales, procedimientos transparentes y no discriminatorios en los procesos de contratación de las entidades públicas.

Se deja constancia que a la fecha de elaboración de los presentes estudios del sector y luego de realizar el análisis establecido en la Guía publicada por Colombia Compra Eficiente, denominada “Manual para el Manejo de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación”, se estableció

que al presente proceso de selección le son aplicables los siguientes Acuerdos Comerciales:

Tabla 5, Validación de acuerdos comerciales aplicables al proceso de contratación

Acuerdo		Entidad Estatal incluida	Presupuesto del Proceso de Contratación superior al valor del Acuerdo Comercial	Excepción Aplicable al Proceso de Contratación	Proceso de Contratación cubierto por el Acuerdo Comercial
Alianza Pacífico	Chile	Si	No	No	No
	México	No	No	No	No
	Perú	Si	No	No	No
Canadá		No	No	No	No
Chile		Si	No	No	No
Corea		No	No	No	No
Costa Rica		Si	No	No	No
Estados AELC		Si	No	No	No
Estados Unidos		No	No	No	No

México		No	No	No	No
Triángulo Norte	El Salvador	No	No	No	No
	Guatemala	Si	No	No	No
	Honduras	No	No	No	No
Unión Europea		Si	No	No	No
Israel		Si	No	No	No
Reino Unido e Irlanda del Norte		Si	No	No	No
Comunidad Andina		Si	Si	No	Si

Fuente: Elaboración propia basado en Guía de Acuerdos Comerciales de Colombia Compra Eficiente

La entidad estatal dará a los bienes y servicios de los Estados con quienes Colombia ha suscrito un Acuerdo Comercial, el mismo trato que da a los bienes y servicios colombianos cuando en aquellos Acuerdos Comerciales aplicable al presente Proceso de Contratación.

En aquellos casos en los que se deba otorgar a los bienes y servicios extranjeros el mismo trato que se les da a los bienes y servicios nacionales, la Entidad Estatal debe conceder a dichos bienes y servicios el puntaje adicional de que trata la Ley 816 de 2003 y las preferencias en caso de empates de acuerdo con el artículo 2.2.1.1.2.2.9. del Decreto 1082 de 2015.

5.5. DOCUMENTOS TIPO

N/A

5.6. INSTRUMENTOS DE AGREGACIÓN DE DEMANDA

Revisada la Tienda Virtual del Estado Colombiano de Colombia Compra Eficiente, no se evidenció ningún Instrumento de Agregación de Demanda o Acuerdo Marco de Precios que pueda suplir la necesidad de la entidad. Dada la necesidad a cubrir, el presente proceso no se acoge a la aplicabilidad de los Instrumentos de Agregación de Demanda.

5.7. CRITERIOS AMBIENTALMENTE SOSTENIBLES

Las siguientes categorías de elementos que hacen parte de la necesidad a satisfacer del presente proceso son susceptibles a incorporar criterios de sostenibilidad ambiental en los procesos que adelanta la Administración Central de Santiago de Cali:

Tabla 6, Categorías de bienes del presente proceso susceptibles a incorporación de criterios de sostenibilidad

CATEGORÍA	BIENES Y/O SERVICIOS QUE INCLUYE
Papelería y útiles de oficina	● Papel ● Bolígrafos

Fuente: Guía para las compras públicas con enfoque de sostenibilidad ambiental

Por ello, el siguiente proceso contemplará las siguientes especificaciones técnicas sostenibles en aras de incorporar el enfoque de sostenibilidad ambiental en el proceso de compras públicas:

Tabla 7, Especificaciones técnicas sostenibles para los bienes del presente proceso susceptibles a incorporación de criterios de sostenibilidad

CATEGORÍA	BIENES Y/O SERVICIOS	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS SOSTENIBLES

Papelería y útiles de oficina	Papel	1. Garantizar fabricación a partir de materia prima orgánica cultivada. 2. Garantizar fabricación a partir de madera de bosques renovables certificados FSC. 3. Garantizar que son compostables y pueden ser usados como abono cerrando completamente el ciclo de vida del producto. 4. Garantizar fabricación a partir de materia prima 100% reciclada
	Bolígrafos	1. Garantizar material en un porcentaje del 40% reciclado 2. Evitar empaquetados individuales o en exceso 3. Garantizar que son de materiales PET –Polietileno Tereftalato –o PP –Polipropileno –reciclados en lugar de los que contienen plásticos halogenados (Ej., PVC) 4. Garantizar tinta a base de agua o sin disolventes orgánicos, a base alcohol sin xileno; además de ausencia de metales pesados tales como cromo hexavalente, cadmio, mercurio, plomo, níquel, cobre y zinc.

Fuente: Guía para las compras públicas con enfoque de sostenibilidad ambiental

Para la verificación de las características técnicas de sostenibilidad ambiental exigidas, se utilizarán los siguientes mecanismos de verificación:

Tabla 8, Mecanismo de verificación de especificaciones técnicas sostenibles para los bienes del presente proceso susceptibles a incorporación de criterios de sostenibilidad

CATEGORÍA	BIENES Y/O SERVICIOS	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS SOSTENIBLES

Papelería y útiles de oficina	Papel	1. Certificaciones, sellos, ecoetiquetas u otros similares Ficha técnica del producto
	Bolígrafos	1. Certificaciones, sellos, ecoetiquetas u otros similares 2. Ficha técnica del producto 3. Pruebas de laboratorio

Fuente: Guía para las compras públicas con enfoque de sostenibilidad ambiental

Tabla 5. Especificaciones técnicas sostenibles para los bienes y/o servicios - Alimentos y bebidas.

CATEGORÍA	BIEN O SERVICIO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS SOSTENIBLES
Alimentos y bebidas	Servicio de catering	1. - Obligatorio - Garantizar que por lo menos el 30% de los alimentos sean adquiridos con pequeños productores agropecuarios locales y/o productores de la Agricultura campesina, familiar o comunitaria locales
	Servicio de alimentación y bebidas	1. - Obligatorio - Garantizar que por lo menos el 30% de los alimentos sean adquiridos con pequeños productores agropecuarios locales y/o productores de la Agricultura Campesina, familiar o comunitaria locales
		2. Garantizar que el personal que brinde el servicio de alimentación y bebidas maneje adecuadamente los recursos que se utilizarán (agua, energía, materias primas) y los residuos que se generan en el desarrollo del servicio.
		3. Garantizar la aplicación de procedimientos definidos para la manipulación correcta de alimentos, equipos y utensilios y también para el uso adecuado de los espacios de la entidad.
	Platos	1. Garantizar que están confeccionados en materiales biodegradables (fécula de maíz, yuca, caña u otras materias primas orgánicas)
		2. Garantizar que en su confección presentan baja huella hídrica, y baja huella de carbono
	Cubiertos	1. Garantizar que están confeccionados en materiales biodegradables (fécula de maíz, yuca, caña u otras materias primas orgánicas)

		2. Garantizar que en su confección presentan baja huella hídrica, y baja huella de carbono
	Envases	1. Garantizar que están confeccionados en materiales biodegradables (fécula de maíz, yuca, caña u otras materias primas orgánicas)
		2. Garantizar que en su confección presentan baja huella hídrica, y baja huella de carbono
	Embalaje	1. Garantizar que están confeccionados en materiales biodegradables (fécula de maíz, yuca, caña u otras materias primas orgánicas)
		2. Garantizar que en su confección presentan baja huella hídrica, y baja huella de carbono
	Empaque de productos (Alimentos preparados y empacados)	1. Garantizar que están confeccionados en materiales biodegradables (fécula de maíz, yuca, caña u otras materias primas orgánicas)
		2. Garantizar que en su confección presentan baja huella hídrica, y baja huella de carbono

Fuente: Guía para las compras públicas con enfoque de sostenibilidad ambiental.

Tabla 6. Especificaciones técnicas sostenibles para los bienes y/o servicios - Elementos de Aseo.

CATEGORÍA	BIEN O SERVICIO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS SOSTENIBLES
	Detergentes en Polvo	1. Garantizar que Los envases, embalajes y empaque de los productos contienen algún porcentaje de material reciclado
		2. Garantizar que el agente tensoactivo utilizado es biodegradable o mínimo tener un 60% de biodegradabilidad, o que sea de origen vegetal y que tenga cero fosfatos
		3. Garantizar que el agente tensioactivo tenga como mínimo un 18%
		4. Garantizar que no contiene ningún ingrediente que posea las siguientes clasificaciones: En contacto con ácidos libera gases tóxicos - Posibles efectos cancerígenos - Puede causar cáncer - Puede causar alteraciones genéticas hereditarias - Puede causar cáncer por inhalación, Posibilidad de efectos irreversibles) - Muy tóxico para los organismos acuáticos - Tóxico para los organismos acuáticos y puede provocar a largo plazo efectos negativos en el medio ambiente acuático - Peligroso para la capa de ozono) - Puede perjudicar la fertilidad - Riesgo durante el embarazo de efectos adversos para el feto - Posible riesgo de perjudicar la fertilidad - Posible riesgo durante el embarazo de efectos adversos para el feto - Puede resultar nocivo para el lactante - Posibilidad de efectos irreversibles o cualquier combinación de éstos.

		5. Garantizar que tiene PH neutro o solución al 1%, enzimas positivos, zeolita 4%.
		6 Garantizar que no contiene ninguno de los siguientes ingredientes en su composición o como producto de una preparación formulada: Alquilfenoltoxilatos (APEOs) y sus derivados, EDTA (tetraacetato de etilendiamina) y sus sales, NTA (nitrito-triacetato), Nitroalmizcles y almizcles policíclicos, como por ejemplo: Almizcle de xileno: 5-terc-butil-2,4,6- trinitro-m-xileno, Almizcle de abelmosco: 4-terc-butil-3- metoxi-2,6-dinitrotolueno, Mosqueno: 1,1,3,3,5-pentametil-4,6-dinitroindano, Almizcle de tibetina: 1-terc-butil-3,4,5-trimetil-2,6-dinitrobenceno, Almizcle de cetona: 4'-terc-butil-2',6'- dimetilo-3',5'- dinitroacetafenona, HHCB (1, 3, 4, 6, 7, 8- hexahidro 4, 6, 6, 7, 8, 8-hexametilciclopenta (g) -2- benzopirano), AHTN (6-acetil-1,1,2,4,4,7- hexametiltetralino).
		1. Garantizar que Los envases, embalajes y empaque de los productos contienen algún porcentaje de material reciclado
		2. Garantizar que es elaborado con productos de origen natural
		3. Garantizar que es Biodegradable en más del 90% o contiene ingredientes: Surfactante glucosídico triterpenoide de origen natural. O Surfactante biodegradable no iónico. O Surfactante biodegradable aniónico, antirredepositante
		4. Garantizar que es Hipoalergénico o tiene PH neutro o solución al 1%

Elementos de aseo	Detergentes líquidos	5. Garantizar que el agente tensoactivo utilizado es biodegradable o mínimo tener un 60% de biodegradabilidad, o que sea de origen vegetal y que tenga cero fosfatos
		6. Garantizar que el agente tensioactivo tenga como mínimo un 18%
		7. Garantizar que no contiene butilo, ácidos, glycol, éter, Libre de fosfatos y sustancias cáusticas , No contiene cloro, amonios, ni VOC's, No contiene químicos peligrosos, No es tóxico. Todos los tintes o colorantes utilizados en productos de limpieza de uso general no deben estar relacionados con las frases de riesgo muy tóxico para los organismos acuáticos, tóxico para los organismos acuáticos y puede provocar a largo plazo efectos negativos en el medio ambiente acuático.
	Jabón líquido para manos	1. Garantizar que Los envases, embalajes y empaque de los productos contienen algún porcentaje de material reciclado
		2. Garantizar que es elaborado con productos de origen natural
		3. Garantizar que es Biodegradable
		4. Garantizar que es Hipoalergénico o tiene PH neutro
		5. Garantizar que no contiene triclosán
		6. Garantizar que no genera impacto en ríos ni vida acuática y es Apto para plantas de tratamiento y tanques sépticos
		7. Garantizar que No contiene butilo, ácidos, glycol, éter o Libre de fosfatos y sustancias cáusticas, que No contiene cloro, amonios, ni VOC's , No es tóxico, No inflamable
	Papel higiénico para cuerpo y manos	1. Garantizar fabricación a partir de materia prima orgánica cultivada.
		2. Garantizar fabricación a partir de madera de bosques renovables certificados FSC.
		3. Garantizar que son compostables y pueden ser usados como abono cerrando completamente el ciclo de vida del producto.
		4. Garantizar fabricación a partir de materia prima 100% reciclada
		5. Garantizar que se degradan en menos de 180 días.

Fuente: Guía para las compras públicas con enfoque de sostenibilidad ambiental.

5.8. CRITERIOS DE INCLUSIÓN SOCIAL

No Aplica

5.9. CRITERIOS DE INNOVACIÓN

Según la Guía de Compras Públicas con enfoque de Innovación del Distrito de Santiago de Cali, se sugiere que a partir de la revisión del Plan Anual de Adquisiciones, Plan Indicativo, Plan Operativo Anual de Inversiones y las necesidades identificadas en cada organismo según su misionalidad, se consideren los siguientes criterios para incorporar la necesidad de un enfoque innovativo en el proceso contractual:

1. Proyectos estratégicos o movilizadores del Gobierno que generen un impacto importante en la ciudad.
2. Proyectos que permitan generar mayor valor por dinero.
3. Proyectos que permitan la incorporación de criterios de inclusión social y/o sostenibilidad ambiental.
4. Proyectos que durante la exploración del mercado no se identifiquen muchos proveedores del bien o servicio.
5. Proyectos que demanden actividades catalogadas como ciencia, tecnología e innovación.
6. Proyectos que mejoran la calidad de vida de las personas.
7. Proyectos que la entidad no tenga claridad sobre cuál es la mejor alternativa para satisfacer la necesidad.
8. Proyectos que tengan varias opciones para satisfacer una necesidad.

El presente proceso contractual permite generar mayor valor por dinero gracias al carácter complementario que cumple en la eficacia en la ejecución de las actividades que cumplen las líneas de trabajo de la dependencia; sin embargo, no se identifican otros criterios que permitan incorporar la innovación en el proceso contractual, por lo que no se acogen criterios de innovación en el presente proceso.

5.10. INCENTIVOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO EN LA CONTRATACIÓN PÚBLICA

El presente proceso no será susceptible a la limitación de MiPymes teniendo en cuenta que el valor

del mismo es mayor a ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América ($125.000).

5.11. OTROS ASPECTOS RELEVANTES DEL MERCADO

N/A

6. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

El análisis del comportamiento del gasto histórico, en el contexto de un análisis del sector dentro de un proceso de contratación, se refiere a la evaluación detallada de la necesidad o la demanda real de un bien, obra o servicio en el mercado o sector específico que está siendo considerado para la contratación pública.

Este análisis es fundamental para comprender cuán relevante es la contratación con relación a las necesidades existentes en el sector, para lo cual es necesario realizar un análisis de procesos de contratación que han adquirido bienes, obras o servicios similares con el propósito de conocer la forma en que lo contrataron y encontrar oportunidades de mejora para el futuro proceso de contratación.

La información del comportamiento del gasto permite a la Secretaría de Bienestar Social – Subsecretaría de Equidad de Género, recopilar información histórica sobre cómo se ha contratado el servicio de diseño e impresión de material que respalde las actividades de diferentes organismos, conocer las experiencias y recopilar información sobre las buenas prácticas que implementa tanto el Distrito de Santiago de Cali, como otras entidades estatales, entidades internacionales u organizaciones del sector privado para su contratación.

La siguiente información orienta la verificación de la necesidad, así como la determinación de requisitos habilitantes, especificaciones, requisitos mínimos técnicos y metodologías de evaluación y adjudicación, entre otros.

6.1. PROCESOS DE CONTRATACIÓN ADELANTADOS POR EL DISTRITO DE SANTIAGO DE CALI

La Tabla N° 11 detalla los contratos adelantados por el Distrito de Santiago de Cali, relacionados con el servicio diseño e impresión de material para la Subsecretaría de Equidad de Género-Secretaría de Bienestar Social.

Tabla No 11. Procesos de Contratación del Distrito de Santiago de Cali

ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN (MIPG) ESTRUCTURACIÓN DEL ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.P001.F004	
		VERSIÓN	001

Variable	Proceso 1	Proceso 2	Proceso 3	Proceso 4
Vigencia	2021	2021	2023	2022
Número de proceso	4112.060.32.1.146-2021	4137.010.32.1.119-2021	4152.010.32.1.771.2023	4146.010.32.1.0498-2022
Link del proceso	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.2014586	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.2156368	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.4739130	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.3311858
Modalidad de selección	Menor Cuantía	Menor Cuantía	Menor Cuantía	Menor Cuantía
Cantidad de oferentes	2	2	3	1
Objeto contractual	Contratar el servicio de publicaciones gráficas e impresos para la Secretaría de Gobierno - Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Santiago de Cali, en desarrollo de las actividades del proyecto denominado "IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL CLARA Y TRANSPARENTE EN SANTIAGO DE CALI" con Ficha BP-26003011.	Adquisición de material POP para las diferentes actividades que requiera realizar el Proceso de Gestión y Desarrollo Humano de acuerdo con las especificaciones señaladas por el Distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico, Empresarial y de Servicios de Santiago De Cali - Departamento Administrativo de Desarrollo E Innovación Institucional	Adquisición de material educativo POP y demás insumos necesarios para el desarrollo de las capacitaciones orientadas a los actores viales.	Prestar servicios de diseño e impresión de material para la Subsecretaria de Equidad de Género de la Secretaria de Bienestar Social.
Valor del contrato	787.500.000	128.174.900	363.186.810	684.501.497
Proveedor	MECOP	MECOP	MECOP	MECOP

Plazo del contrato	7 meses	2 meses	3 meses	4 meses
Forma de pago	La alcaldía de Santiago de Cali - Secretaría de Gobierno – Oficina de Comunicaciones, cancelará el valor del contrato mediante pagos parciales según facturación presentada por el contratista en la cual se incluyan los servicios y repuestos efectivamente prestados e instalados, acompañada de la acreditación del cumplimiento del objeto del contrato a entera satisfacción, con el visto bueno del supervisor del contrato hasta completar el cien por ciento (100%) del valor total del contrato.	El Distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico, Empresarial y de Servicios de Santiago de Cali – Departamento Administrativo de Desarrollo e Innovación institucional, pagara el valor del contrato en un (1) solo pago, una vez el contratista entregue el 100% de los productos y elementos requeridos relacionados en las especificaciones técnicas del presente proceso y previo recibo a satisfacción por parte del supervisor	El Distrito de Santiago de Cali – Secretaría de Movilidad, cancelará el valor del contrato mediante pagos parciales, en virtud de los avances de ejecución, según facturación presentada por el mismo a contra entrega de los productos y/o servicios definidos en las especificaciones técnicas del contrato, acompañada de la certificación de recibo a satisfacción expedida por el supervisor del contrato. Todo pago a que se obliga la Secretaría de Movilidad en virtud del contrato que se celebre, se sujetará a las apropiaciones y disponibilidades presupuestales correspondientes y a la situación de recursos del Programa Anual Mensualizado de Caja – PAC, y el desembolso se realizará dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a la fecha en que el contratista radique la factura comercial para lo cual se requerirá que el Contratista se encuentre al día en el pago de seguridad social y parafiscales. Solamente serán pagadas las actividades realmente usadas o consumidas dentro de la ejecución del contrato.	El Distrito de Santiago de Cali – Secretaría de Bienestar Social, cancelará el valor mediante actas de ejecución parcial, correspondientes a los servicios efectivamente recibidos, con el cumplimiento de todas y cada una de las estipulaciones y requisitos establecidos en el estudio previo, el contrato y demás documentos del proceso, para ello, los valores a cancelar se revisarán y aprobarán, sin que estos excedan el costo unitario y total pactado; se tendrá en cuenta el suministro real entregado, por lo que el Contratista deberá presentar para cada pago de acuerdo a la ejecución realizada informes técnicos y financieros junto con los respectivos soportes antes de cada desembolso, que deben ser revisados por el supervisor del contrato quien avalará el recibo a satisfacción de los servicios contratados. En todo caso el pago se hará previa disposición de giros de P.A.C a los recursos disponibles de la Secretaría de Bienestar Social, con la presentación de la propuesta se entenderá aceptada la forma de pago.

Experiencia exigida	El Proponente debe acreditar su experiencia con el RUP en máximo 3 contratos cuya sumatoria respecto a la cuantía sea igual o superior al valor del presupuesto oficial del presente proceso, expresado en SMMLV al año 2021 (es decir 867 SMMLV), en los que se evidencien en su objeto o alcance, que se hayan prestado los servicios de suministro de publicaciones gráficas y/o impresos, los contratos deberá estar incluido en el RUP Inscritos, calificados y clasificados con alguno de los códigos del clasificador de bienes y servicios	Se tendrá como experiencia mínima habilitante la acreditación de contratos con objeto y alcance contractual igual o similar al del presente proceso de selección, ejecutados por el proponente, cuya sumatoria sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial expresado en salarios mínimos legales vigentes	El proponente deberá contar con la acreditación de tres (3) certificaciones de contratos ejecutados y/o actas de liquidación suscritos con entidades públicas o privadas, cuya sumatoria sea igual o superior al 100% del presupuesto asignado para el proceso, cuyo objeto contemple la ejecución actividades relacionadas con: el diseño, impresión y venta de material de pop, y que cada contrato debe incluir al menos cinco (5) de los códigos UNSPSC establecidos para el presente proceso	La Entidad, en aplicación de los numerales 1.2 del numeral 1 y numerales 2.5 del numeral 2 del Artículo 2.2.1.1.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015 y la circular única de Colombia Compra Eficiente del 16 de abril de 2019, tendrá como experiencia mínima habilitante del proponente la acreditación de máximo tres (3) contratos ejecutados por el proponente cuya sumatoria sea igual o superior al presupuesto oficial del presente proceso. Lo anterior se verificará con base en la información registrada en el Registro Único de Proponentes, por medio del cual, los contratos registrados deberán tener por lo menos cinco (5) de los códigos
Códigos UNSPSC	82101500 83121700 80141700 55101500 73151900 82121500	82101501 14111514 55101500 82101502	49101602 55101507 55101509 55101515 55101520 82101505 82141504 82111800 82101600 73151900 14111500 14111800	82101500 82101600 73151900
Garantías exigidas	Cumplimiento del contrato Pago de salarios Calidad del servicio Responsabilidad civil extra contractual	Cumplimiento del contrato Pago de salarios Calidad del servicio Responsabilidad civil extra contractual	Cumplimiento del contrato Calidad del bien	Cumplimiento Pago de Salarios Calidad del servicio Responsabilidad Extracontractual

Criterios de evaluación	Capacidad Jurídica Experiencia Capacidad Financiera Capacidad organizacional Capacidad técnica	Factor económico Factor de calidad Apoyo a la industria nacional	Factor Inclusión Social Material POP adicional Apoyo a la Industria Nacional Factor económico MIPYMES Emprendimiento de empresas de Mujeres	Factor Inclusión Social Calidad del servicio Apoyo a la Industria Nacional Factor económico MIPYMES Emprendimiento de empresas de Mujeres

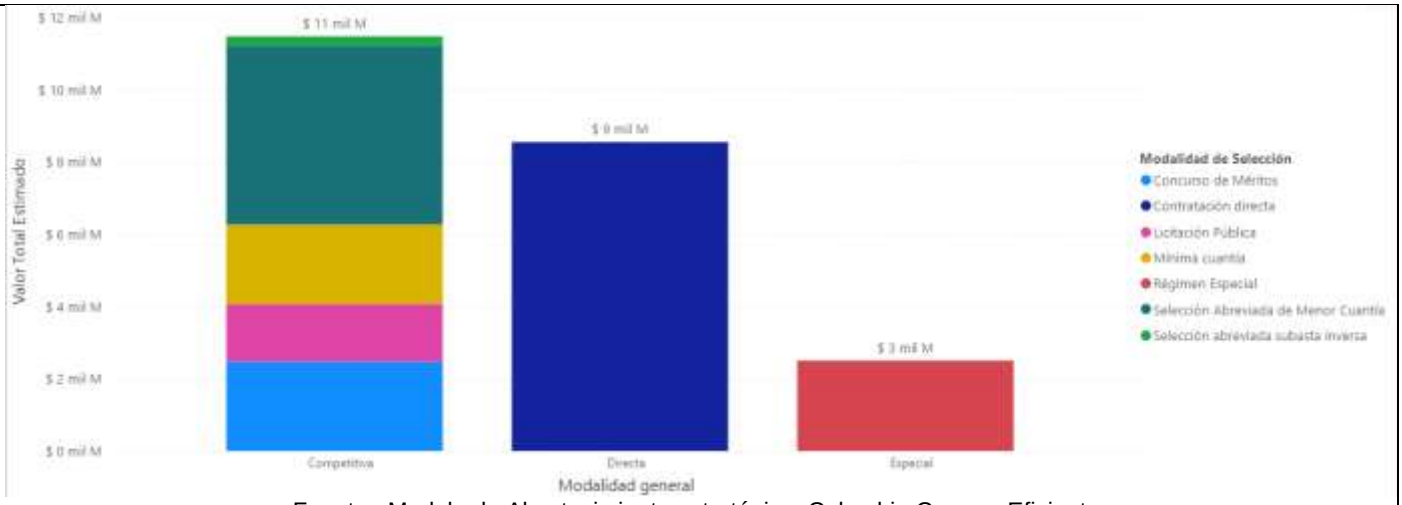
Fuente: Datos Abiertos – SECOP II

6.2. CONSULTA DE PROCESOS DE CONTRATACIÓN DEL DISTRITO A TRAVÉS DEL MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO

En el siguiente apartado se presentan los principales hallazgos de la herramienta de la Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente para el abastecimiento estratégico de las entidades estatales. Las siguientes gráficas y conclusiones se recolectan a partir del ejercicio de análisis efectuado para la contratación de servicios clasificados bajo los códigos UNSPSC identificados en apartados anteriores por parte de la Alcaldía del Distrito de Santiago de Cali.

Para la contratación del servicio de diseño e impresión de material de POP de apoyo la administración distrital ha repartido la inversión de los recursos en contratar mediante la modalidad de contratación competitiva y la modalidad directa: desde el 2017 ha invertido $ 22.527.500.878 de pesos colombianos de los cuales el 50% se han ejecutado a través de procesos competitivos (Selecciones abreviadas, licitaciones, mínimas cuantías y licitaciones públicas) y el 38% por contratación directa.

Gráfico 3. Valor total estimado de los contratos analizados mediante el Modelo de Abastecimiento Estratégico por modalidad de selección

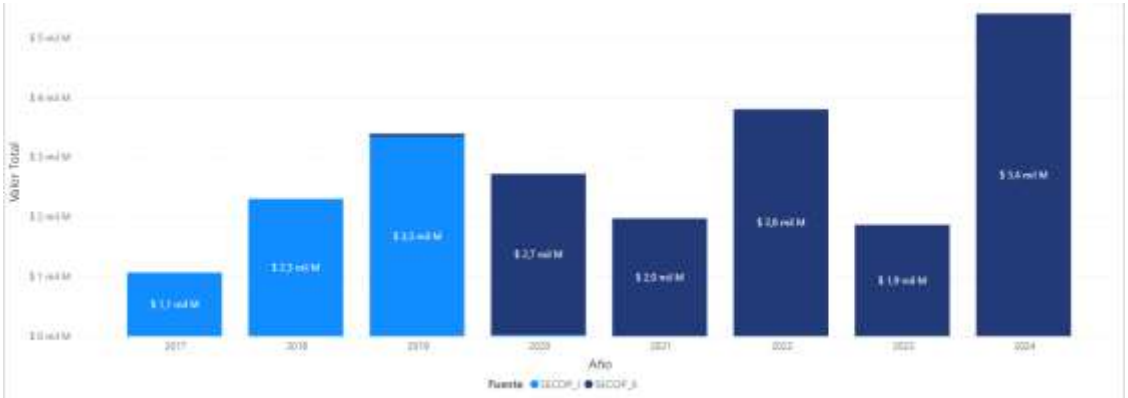


Fuente : Modelo de Abastecimiento estratégico, Colombia Compra Eficiente

De los recursos invertidos en procesos competitivos, el 43% han sido invertidos a través de procesos de Selección abreviada de menor cuantía.

Así mismo, y desde el 2017, el gasto anual en el suministro de estos bienes y servicios ha aumentado de manera sostenida: desde el 2017 la inversión ha aumentado en un 406%.

Gráfico 4. Gasto anual de los contratos analizados mediante el Modelo de Abastecimiento Estratégico

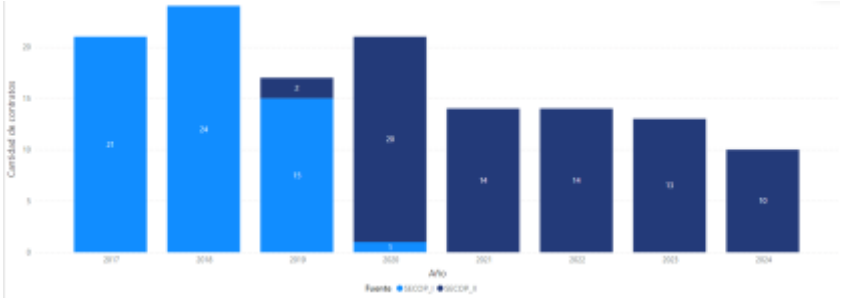


Fuente : Modelo de Abastecimiento estratégico, Colombia Compra Eficiente

Esta tendencia creciente se explica por la una menor cantidad de contratos firmados pero a un mayor

gasto promedio por contrato, pasando de 21 contratos en el año 2017 por valor de $ 1.067.437.079 a 10 contratos en el 2024 por valor total de $5.404.168.201.

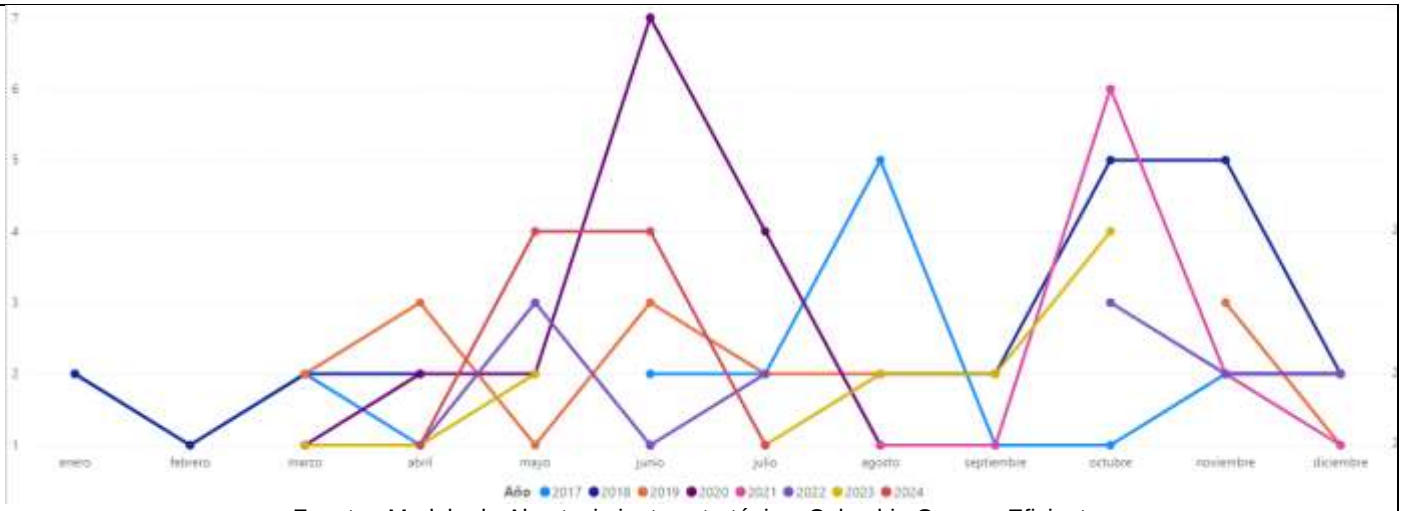
Gráfico 5. Cantidad de contratos analizados mediante el Modelo de Abastecimiento Estratégico



Fuente : Modelo de Abastecimiento estratégico, Colombia Compra Eficiente

Finalmente, como se observa en el comportamiento de la cantidad de contratos por mes, la contratación de este tipo de servicios no tiene una tendencia temporal; no obstante se puede notar un ligero incremento en la cantidad de contratos que se suscriben anualmente a partir de Marzo, lo anterior puede deberse a la necesidad de empezar a ejecutar las actividades diarias de la dependencia de acuerdo a su misionalidad y planificación, por lo que este tipo de contratos deben de suscribirse en el primer trimestre del año.

Gráfico 6. Cantidad de contratos por mes analizados mediante el Modelo de Abastecimiento Estratégico



Fuente : Modelo de Abastecimiento estratégico, Colombia Compra Eficiente

Según la gráfica en el año 2020 en el mes de junio se presentó una alta ejecución de contratos y en ese mismo año enero y febrero no se presentaron contratos y los puntos más bajos son marzo y agosto.

6.3. PROCESOS DE CONTRATACIÓN ADELANTADOS POR OTRAS ENTIDADES ESTATALES

La Tabla N° 12 detalla los contratos adelantados por otras entidades estatales, relacionados con el servicio diseño e impresión de material para la Subsecretaría de Equidad de Género-Secretaría de Bienestar Social.

Tabla No 12, Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales

Variable	Proceso 1	Proceso 2	Proceso 3	Proceso 4
Vigencia	2023	2021	2022	2022
Número de proceso	EPA-PSAMC-009-2023	ECD-MC-007-2021	SELECCION ABREVIADA No. 002 - 2022	210.19.03.22.19

Link del proceso	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5095596	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.2381443	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.2929446	https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.3128668
Modalidad de selección	Menor Cuantía	Menor Cuantía	Menor Cuantía	Menor Cuantía
Cantidad de oferentes	3	1	1	1
Objeto contractual	CONTRATAR LOS SERVICIOS DE EDICIÓN, DIAGRAMACIÓN, IMPRESIÓN Y PRODUCCIÓN DE MATERIAL PEDAGÓGICO, PARA EL FORTALECIMIENTO Y FOMENTO DE LA EDUCACIÓN Y CULTURA AMBIENTAL EN EL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS, DE CONFORMIDAD CON LAS INDICACIONES SUMINISTRADAS EN EL ANEXO 1.	Prestación de servicios para el diseño y divulgación de campañas de comunicación institucionales en medios locales, creación y edición de videos, Diseño y creación de Piezas gráficas, Diseños e instalación de material POP y Grabación y emisión de cuñas radiales, en diferentes medios locales del suroeste antioqueño, sujetándose a los lineamientos estratégicos de la Escuela contra la Drogadicción y en cumplimiento de las obligaciones del Convenio Interadministrativo N° 4600012597.	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA OFERTA EDUCATIVA Y LOS SERVICIOS DE LA UCEVA, A TRAVÉS DE MEDIOS MASIVOS Y MATERIAL POP	SUMINISTRO DE MATERIAL POP Y AFINES REQUERIDOS PARA EL DESARROLLO DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS EN LAS DIFERENTES ACTIVIDADES Y MUESTRAS DEL INSTITUTO POPULAR DE CULTURA
Valor del contrato	179.987.500	74.727.240	130.200.002	70.000.000
Proveedor	UT TREBOL-STRATEGY	CBW EAI SAS	CORPORACION CIUDADANA SOLIDARIA	LITTLE MONKEY BTL SAS
Plazo del contrato	20 días	30 días	220 días	5 meses

	Forma de pago	Un primer pago por la suma de CUARENTA Y DOS MILLONES OCHOCIENTOS SETENTA Y CINCO MIL PESOS M/CTE ($42.875.000), pagaderos posterior a la primera entrega a satisfacción de los productos de acuerdo a cronograma de entregas, debidamente avalados por el Supervisor. Un segundo y último pago por valor de CIENTO CUARENTA Y NUEVE MILLONES CIENTO VEINTICINCO MIL PESOS M/CTE ($149.125.000), pagaderos a la segunda entrega a satisfacción de los productos, y aprobada el acta de liquidación del contrato junto con el informe final financiero, así como la constancia de cumplimiento por parte del Supervisor.	El pago se realizará dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha en que el contratista radique en debida forma la respectiva factura, previa presentación de la certificación de cumplimiento de los pagos al Sistema de Seguridad Social Integral de acuerdo con lo previsto en la Ley 789 de 2002, y sujeta a la constancia de recibo a satisfacción que suscriba el Supervisor y el respectivo movimiento de almacén.	La Unidad Central del Valle del Cauca, pagará al contratista, pagos parciales de acuerdo a solicitudes de ordenes de pedido, dentro de los quince (15) días siguientes a la fecha de presentación y aceptación de la factura electrónica. Adicionalmente, el contratista, deberá acreditar cada vez que solicite el pago, que se encuentra al día con los pagos al Sistema Integral de Seguridad Social y aportes parafiscales.	El Instituto Popular de Cultura cancelará al contratista el valor del presente contrato en pagos parciales que varían de conformidad con la cuenta de cobro o factura de venta debidamente legalizada, sin exceder el valor del contrato, teniendo en cuenta los bienes o materiales suministrados a entera satisfacción por parte del supervisor en cada entrega parcial durante el periodo objeto de cobro y los valores ofertados.	
	Experiencia exigida	De acuerdo con el artículo 2.2.1.1.1.5.3 del Decreto 1082 de 2015 y en concordancia con la naturaleza del contrato a ejecutar, el proponente deberá acreditar experiencia exitosa en la ejecución de contratos, cuyo objeto sea igual o similar al del presente proceso de selección, mediante la ejecución de: MÁXIMO TRES (3) CONTRATOS en las siguientes condiciones: • Que el valor final sumado de los contratos aportados represente como mínimo un	El proponente deberá acreditar experiencia en la ejecución de Dos (2) contratos terminados y/o liquidados, celebrados con entidades públicas o privadas, cuyo objeto esté relacionado con el objeto del presente proceso de selección, cuya cuantía sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial de este proceso.	Mediante verificación del RUP debidamente actualizado, el proponente deberá certificar experiencia en contratos cuya cuantía sea equivalente a 270 SMLMV, esta verificación se realizará en máximo dos (2) contratos ejecutados que se encuentre acreditado en el RUP y estar clasificado en al menos 8 de los códigos del clasificador mundial UNSPSC	Se tendrá como experiencia mínima habilitante la acreditación, mediante certificados, de contratos ejecutados por el proponente con objeto similar o igual al del presente proceso, que en todo caso sumen por lo menos el presupuesto oficial en salarios mínimos legales mensuales vigentes	

		100% del presupuesto del presente proceso de contratación. • Que el objeto de los contratos aportados corresponda o sea similar a la del objeto del presente proceso. • Entiéndase por experiencia exitosa: la ejecución de contratos debidamente ejecutados a satisfacción del contratante respectivo, en cuyo desarrollo no se ha causado ningún tipo de sanción y/o multa por el incumplimiento del contratista, ni se hizo efectiva póliza única de garantía. • Que el contrato se encuentre inscritos en el R.U.P. y clasificado en alguno de los siguientes códigos según el UNSPSC: CÓDIGO DESCRIPCIÓN 82111800 Servicios editoriales y de soporte 82111700 Escritura creativa 82141500 Servicios de diseño artístico 82131600 Fotógrafos y cinematógrafos 82121500 Impresión				
	Códigos UNSPSC	82111800 82111700 82141500 82131600 82121500	82101500 82101600 82101800 82101900 83121700	80141600 82101500 82101600 80141900 93141700 80161500 80101500 80111600 82141600 82121800 82111900	82101500 82121500	

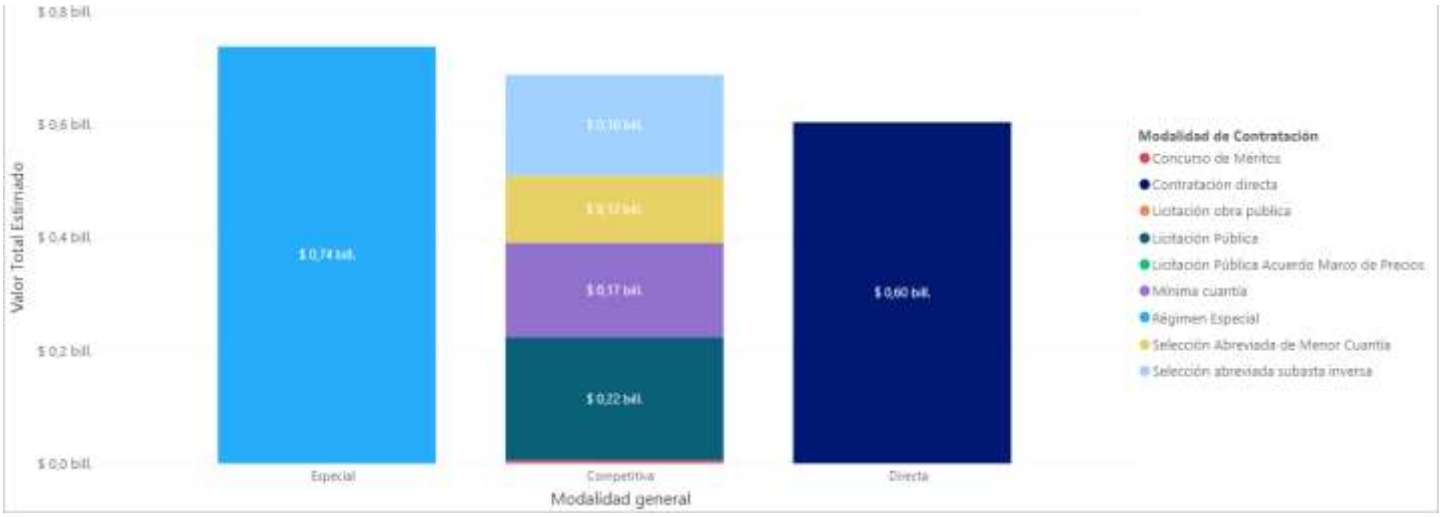
Garantías exigidas	Cumplimiento general Pago De Salarios, Prestaciones Sociales e Indemnizaciones Laborales Calidad de los bienes Calidad del servicio	Cumplimiento Calidad y correcto Funcionamiento calidad de bienes Suministrados	Cumplimiento Pago de Salarios, Prestaciones Sociales Legales e Indemnizaciones Laborales Calidad del Servicio Responsabilidad Civil Extracontractual	Cumplimiento Calidad y correcto funcionamiento de los bienes Calidad del servicio Salarios prestaciones sociales e indemnizaciones
Criterios de evaluación	FACTORES CALIDAD FACTOR ECONÓMICO . APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL EMPRENDIMIENTO Y EMPRESAS DE MUJERES APOYO A MYPMES NACIONAL	. FACTOR ECONÓMICO FACTOR TÉCNICO APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL	FACTORES CALIDAD FACTOR ECONÓMICO. APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL	FACTOR ECONOMICO TÉCNICO VALOR AGREGADO DISEÑADOR(A) GRÁFICO TÉCNICO DISPONIBILIDAD DE INFRAESTRUCTURA EN CALI MEDIDAS AFIRMATIVAS QUE INCENTIVEN LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES MEDIDAS AFIRMATIVAS QUE INCENTIVEN LA PARTICIPACIÓN POR PARTE DE POBLACIÓN EN POBREZA EXTREMA, DESPLAZADOS POR LA VIOLENCIA, PERSONAS EN PROCESO DE REINTEGRACIÓN O REINCORPORACIÓN Y SUJETOS DE ESPECIAL PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL PROMOCIÓN A LA INDUSTRIA NACIONAL (ARTÍCULOS 2.2.1.2.4.1.3. Y 2.2.1.2.4.2.1., DEL DECRETO 1082 DE 2015)

Fuente: Colombia Compra Eficiente

6.4. CONSULTA DE PROCESOS DE CONTRATACIÓN DE OTRAS ENTIDADES ESTATALES A TRAVÉS DEL MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO

Desde el 2017, en el país se han encontrado aproximadamente 14.400 proveedores en el SECOP II ofertando el servicio de diseño e impresión requeridos para el presente proceso a través de 42.497 contratos. Así mismo, estos contratos desde la vigencia del 2017 se han suscrito a través diferentes modalidades alcanzando un valor de $2.208.953.598.104 de pesos colombianos. Del valor total invertido, el 39.3% se ha utilizado a través de procesos de selección competitivos, el 27.3% a través de modalidad directa y el 33.4% a través de modalidad especial.

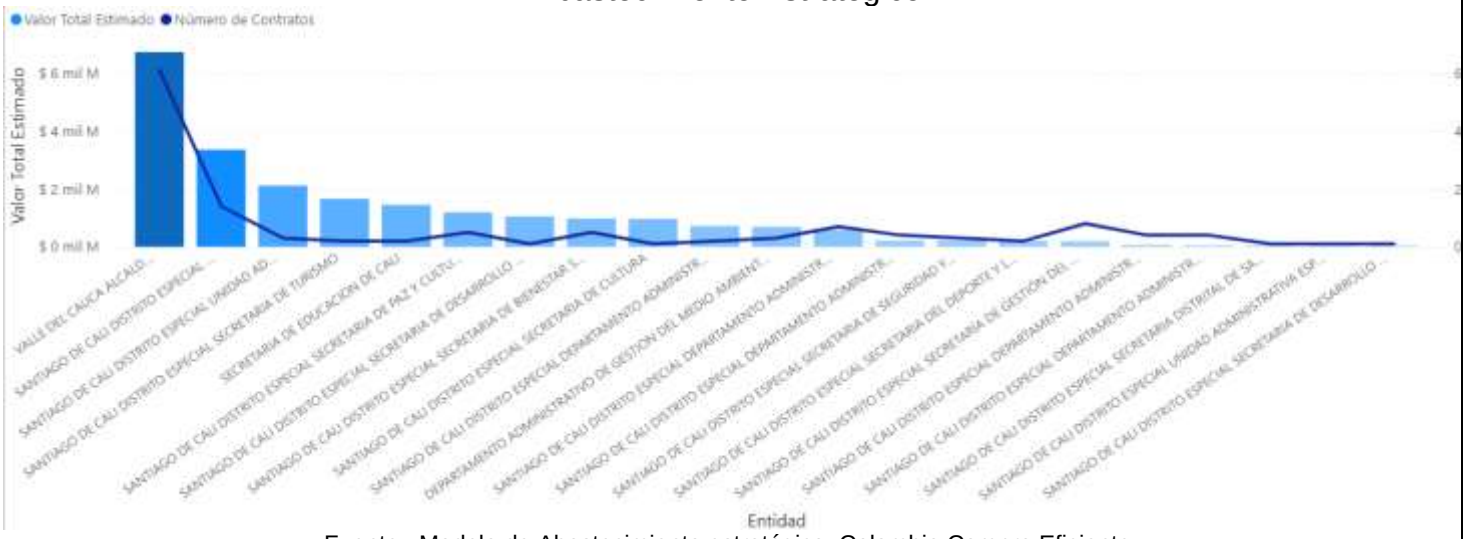
Gráfico 7. Valor total de los contratos analizados mediante el Modelo de Abastecimiento Estratégico por modalidad de selección



Fuente : Modelo de Abastecimiento estratégico, Colombia Compra Eficiente

Por su parte, en el Distrito de Santiago de Cali, los principales demandantes de este servicio son las Secretarías de Gobierno, la Unidad Administrativa de Servicios Públicos, la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Educación, la Secretaría de Paz y Cultura Ciudadana, la Secretaría de Desarrollo Económico y la Secretaría de Bienestar Social son los principales organismos que, desde el 2017, más demandan este tipo de servicios en el distrito.

Gráfico 8. Valor total estimado por entidad de los contratos analizados mediante el Modelo de Abastecimiento Estratégico



Fuente : Modelo de Abastecimiento estratégico, Colombia Compra Eficiente

6.5. PROCESOS DE CONTRATACIÓN ADELANTADOS POR OTRAS ORGANIZACIONES

N/A

6.6. ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE CONTRATACIÓN

Con la información obtenida de la revisión de los procesos de contratación similares adelantados por el Distrito de Santiago de Cali, por otras Entidades Estatales y por otras organizaciones, se puede evidenciar lo siguiente:

- Modalidad de Contratación establecida en los procesos consultados: De acuerdo con los procesos consultados se puede evidenciar que en el 100% se han utilizado modalidades de contratación competitiva (Selección abreviada de menor cuantía)

- Plazo del contrato establecido en los procesos consultados: Los procesos consultados obedecen a suministros de bienes y servicios de apoyo al desarrollo de diferentes actividades con una duración entre 10 días y 220 días, al analizar los plazos de contrato de los 8 procesos encontramos que su plazo promedio es aproximadamente 3 meses y 20 días para su ejecución

- Presupuesto: Para establecer el presupuesto el 62.5% de los procesos revisados realizan el cálculo del precio promedio mediante diferentes cotizaciones recibidas de los bienes y productos requeridos para la atención integral. El 37.5% restante no manifiesta qué mecanismo de valoración utilizó para hallar un valor de mercado de los bienes requeridos.

- Condiciones de pago: Habiendo realizado el análisis de los procesos de contratación, se evidencia que predominan los pagos parciales según avances o entregas a satisfacción. Esto indica que la forma de pago más común es por avances en la ejecución del contrato, seguido de pagos únicos después de la entrega final o aprobación.

- Experiencia exigida al proveedor en los procesos consultados: Al realizar un promedio general de la experiencia exigida en estos procesos, consideramos los siguientes datos proporcionados: Se requiere generalmente acreditar entre dos y tres contratos relevantes, La cuantía mínima de los contratos acreditados varía, pero suele ser significativa en relación con el presupuesto oficial del proceso., Los contratos deben estar relacionados directamente con el objeto del proceso de contratación actual, como diseño, impresión, servicios editoriales, entre otros. Adicionalmente es importante que los contratos estén debidamente clasificados y registrados en el RUP, y cumplan con los códigos UNSPSC especificados.

- Códigos UNSPSC exigidos en los procesos consultados:

Tabla 13, Códigos UNSPSC

Código	Descripción
82101500	Publicidad impresa
83121700	Servicios de comunicación masiva
80141700	Distribución
55101500	Publicaciones impresas
73151900	Servicios a la industria de impresión
82121500	Impresión

14111514	Blocs o cuadernos de papel
49101602	Recuerdos (souvenirs)
55101507	Libros para pintar o colorear o ilustrar para niños
55101509	Textos educacionales o vocacionales
55101515	Material promocional o reportes anuales
55101520	Hojas o folletos de instrucciones
82141504	Servicios de diseño de gráficos o gráficas
82111800	Servicios editoriales y de soporte
14111500	Papel de imprenta y papel de escribir
14111800	Papeles de uso comercial
80141600	Actividades de ventas y promoción de negocios
80141900	Exhibiciones y ferias comerciales
93141700	Cultura
82101600	Publicidad difundida
80161500	Servicios de apoyo gerencial
80101500	Servicios de consultoría de negocios y administración corporativa
80111600	Servicios de personal temporal

Fuente: Colombia Compra Eficiente

- Garantías exigidas en los procesos consultados: De acuerdo a la muestra analizada se evidencia se relaciona el porcentaje de exigencia de las garantías:

Tablas 14, Garantías exigidas en procesos consultados

Garantía	Descripción	Porcentaje	Vigencia	Porcentaje de los contratos que solicitaron la garantía
Cumplimiento del contrato	Póliza de cumplimiento a favor de las entidades estatales	Entre el 10% y el 20%	Por el plazo de ejecución del contrato y un tiempo promedio de 7,6 meses más terminado el contrato	100% de los contratos solicitan este tipo de garantía
Responsabilidad Civil Extracontractual	Póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual sobre actuaciones, hechos u omisiones que la deriven.	Entre 200 SMLMV y 400 SMLV	Por el plazo de ejecución del contrato.	50% de los contratos solicitan este tipo de garantía
Calidad del servicio	Póliza que cubre la calidad del servicio que recibe la Entidad Estatal en cumplimiento de un contrato.	Entre el 10% y el 30% del valor del contrato	Por el plazo de ejecución del contrato y de 6 a 24 meses más terminado el contrato	75% de los contratos solicitan este tipo de garantía
Calidad y correcto funcionamiento de los bienes	Póliza que cubre la calidad y el correcto funcionamiento de los bienes que recibe la Entidad Estatal en cumplimiento de un contrato.	Entre el 10% y el 30% del valor del contrato	Por el plazo de ejecución del contrato y hasta un (1) año más.	62.5% de los contratos solicitan este tipo de garantía

Pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales	Póliza que cubre a la entidad de los perjuicios que se le ocasionen como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones laborales a que esté obligado el contratista ejecutor garantizado, derivadas de la contratación del personal utilizado para la ejecución del contrato amparado.	Entre el 8% y el 10% del valor del contrato	Por el plazo de ejecución del contrato y de 2 a 3 años más terminado el contrato	75% de los contratos solicitan este tipo de garantía

Fuente: Elaboración propia

- Aspectos técnicos exigidos en los procesos consultados: El estudio de los procesos de contratación con objeto similar indica que en la mayoría de los casos no se utiliza personal mínimo como requerimiento técnico relevante en este tipo de procesos. Adicionalmente, referente a los requisitos técnicos relevantes, el contratista debe Asumir los costos de carga, erogaciones, transporte y entrega en el sitio final de almacenamiento de los elementos. En ningún caso podrá transferirse estos costos a la administración distrital, estas actividades no representan un costo adicional en el desarrollo del contrato. Además, se destacan los siguientes requerimientos técnicos:

    - Garantizar la calidad de los bienes que suministra asegurando que son nuevos, originales, de primera calidad, no re manufacturados y, en consecuencia, se obliga a reemplazar, aquellos bienes que resulten de mala calidad o que presenten imperfectos de fabricación

    - El proveedor se obliga a reponer o cambiar los bienes entregados no recibidos a satisfacción por parte del supervisor, las devoluciones por deterioro, mala calidad, defectos de fábrica o con especificaciones diferentes o inferiores a las requeridas, dentro de los dos (2) días hábiles de informada la novedad, así como atender las observaciones o requerimientos que se formulen por conducto del supervisor del

contrato y corregir las fallas en el servicio o en los bienes suministrados sin que lo anterior genere costos adicionales a la entidad

- No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la Ley con el fin de obligarlos a hacer u omitir algún acto o hecho. Cuando se presenten tales peticiones o amenazas el contratista deberá informar inmediatamente de su ocurrencia a la entidad contratante y a las demás autoridades competentes para que ellas adopten las medidas y correctivos que fueren necesarios. El incumplimiento de esta obligación y la celebración de pactos o acuerdos prohibidos dará lugar a la caducidad del contrato, artículo 5º, numeral 5º de la Ley 80 de 1993

- Criterios de evaluación establecidos en los procesos consultados: El análisis de los procesos consultados arroja como conclusión el procedimiento de selección del contratista está sometido al deber de selección objetiva y los principios de transparencia, igualdad de derechos y oportunidades, economía y demás principios de los que se deriva la obligación de someter a todos los oferentes a las mismas condiciones definidas en la ley y en el pliego de condiciones.

  De acuerdo al análisis de la demanda efectuado, se verifica que en los procesos consultados se utilizan criterios de evaluación como: factor Inclusión Social, factor económico, factor calidad y factor apoyo a la industria nacional. Encontrando que en el 65% de los casos presenta una ponderación mayor el factor económico

- Criterios diferenciales identificados en los procesos consultados: El estudio de los procesos de contratación con objeto similar indica que en la mayoría de los casos se presentan los siguientes criterios diferenciales:
  1. Preferir la oferta de bienes o servicios nacionales frente a la oferta de bienes o servicios extranjeros.
  2.- Preferir las ofertas presentadas por una MIPYME
  3.- Preferir las ofertas presentadas por empresas de mujeres

  Los criterios de evaluación para los procesos de contratación mencionados varían según cada proceso específico, pero en general, se pueden identificar varios criterios comunes utilizados para evaluar las propuestas de los proponentes. Aquí se destacan algunos de estos criterios:

  Factor Económico: Este criterio generalmente evalúa el costo de la propuesta presentada

por los proponentes. Puede incluir el precio ofrecido por los bienes o servicios, así como términos de pago y condiciones financieras.

Factor de Calidad: Se refiere a la evaluación de la calidad de los bienes o servicios ofrecidos por los proponentes. Esto puede incluir la calidad técnica, la idoneidad para el propósito previsto, la innovación o características adicionales que mejoren la oferta.

Apoyo a la Industria Nacional: Algunos procesos de contratación pueden dar puntos adicionales a los proponentes que demuestren un compromiso con la industria nacional, promoviendo la participación de MIPYMES, emprendimientos de mujeres, o implementando medidas afirmativas que favorezcan la inclusión social y económica.

Cumplimiento de Requisitos Técnicos: Este criterio evalúa si la propuesta cumple con todos los requisitos técnicos especificados en los términos de referencia o pliegos de condiciones. Esto puede incluir aspectos como la experiencia requerida, los estándares de calidad exigidos, y la capacidad técnica para ejecutar el contrato.

Experiencia y Capacidad: Se evalúa la experiencia previa del proponente en contratos similares, así como su capacidad financiera, técnica y organizacional para llevar a cabo el contrato. Esto puede incluir la revisión de contratos anteriores ejecutados y la capacidad demostrada para gestionar proyectos de tamaño y complejidad similares.

Medidas Afirmativas: En algunos casos, se pueden aplicar criterios que fomenten la inclusión de grupos vulnerables o desfavorecidos, como mujeres, MIPYMES, personas en situación de pobreza extrema, desplazados por la violencia, entre otros.

Valor Agregado: Se evalúa si la propuesta ofrece algún valor añadido, como innovaciones tecnológicas, mejoras en la eficiencia, beneficios adicionales para la entidad contratante, o contribuciones positivas al desarrollo local o comunitario.

Estos criterios no son exhaustivos y pueden variar según la normativa específica de cada entidad contratante y los requisitos particulares de cada proceso de contratación. Es importante que los proponentes revisen detalladamente los términos de referencia y pliegos de condiciones de cada proceso para entender los criterios específicos de evaluación que serán aplicados.

6.7. OTRAS CONSULTAS

No Aplica

7. ESTUDIO DE LA OFERTA

El estudio de la oferta busca identificar potenciales proveedores y determinar si estos están en capacidad de satisfacer la necesidad en las condiciones identificadas por el La Subsecretaria de Poblaciones y Etnias adscrita a la Secretaría de Bienestar Social, si el presupuesto es acorde a los precios del mercado y si existen alternativas o innovaciones que deban ser consideradas para estructurar el proceso de contratación relacionado con diseño e impresión de material POP “recursos gráficos, de publicidad o las exhibiciones utilizadas en el Punto de Venta para la promoción y difusión de una marca, categoría o producto” que respalde las actividades de la dependencia, conforme a las funciones establecidas en el Artículo 131 del Decreto Extraordinario Nº 411.0.20.0516 de 2016.

7.1. PROVEEDORES QUE PROVEEN EL BIEN, OBRA O SERVICIO

A continuación, la Secretaría de Bienestar Social – Subsecretaría Poblaciones y Etnias presenta la información proveniente de la oferta del mercado para diseño e impresión de material POP “recursos gráficos, de publicidad o las exhibiciones utilizadas en el Punto de Venta para la promoción y difusión de una marca, categoría o producto” que respalde las actividades de la dependencia, conforme a las funciones establecidas en el Artículo 131 del Decreto Extraordinario Nº 411.0.20.0516 de 2016 de la Subsecretaría.

Tabla 15. Identificación de proveedores servicio de diseño e impresión del material POP para el fortalecimiento de las actividades misionales de la Subsecretaría.

Variable	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3	Proveedor 4	Proveedor 5	Proveedor 6	Proveedor 7	Proveedor 8	Proveedor 9
Identificación	900301945	900056779	7696556	800226923	900644468	900311436	900231185	901189368	900811939
Razón Social	Copy Medios	VISION BTL SAS	Hebergrafic as	Signal Marketing S.A.S.	FUNDACION PARA EL	CORPORACION CIUDADANA SOLIDARIA	CBW EAI SAS	DOKUMA. CREATIVIDAD &	PRINT CREATIVOS SAS

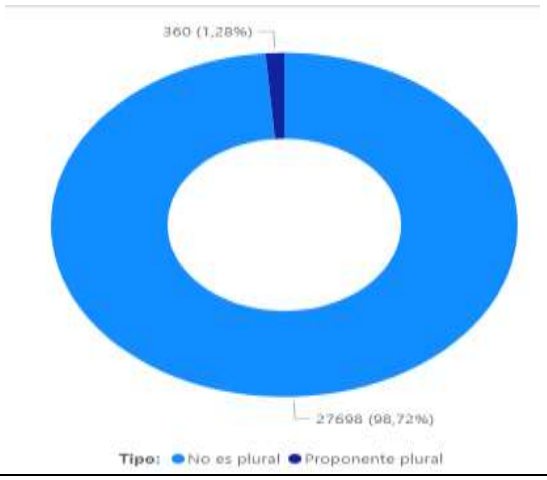
					OLLO ECONO MICO - FDE			GIA SAS	
Tipo de organización	Sociedad de Responsabilidad Limitada colombiana	Sociedad por acciones simplificada	Persona natural	Sociedad por acciones simplificada	Entidad Sin Ánimo de Lucro	Corporaciones	Sociedad por acciones simplificada	Sociedad por acciones simplificada	Sociedad por acciones simplificada
Ciudad	Cali	Cali	Neiva	Manizales	Cali	Tuluá	Medellín	Bogotá	Cartagena

Fuente: SECOP II

7.2. CONSULTA DE PROVEEDORES DEL BIEN, OBRA O SERVICIO A TRAVÉS DEL MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO

El Modelo de Abastecimiento Estratégico de Colombia Compra Eficiente evidencia que la totalidad de los proveedores que ofertan estos bienes y servicios se componen por proveedores únicos, no hay oferentes plurales.

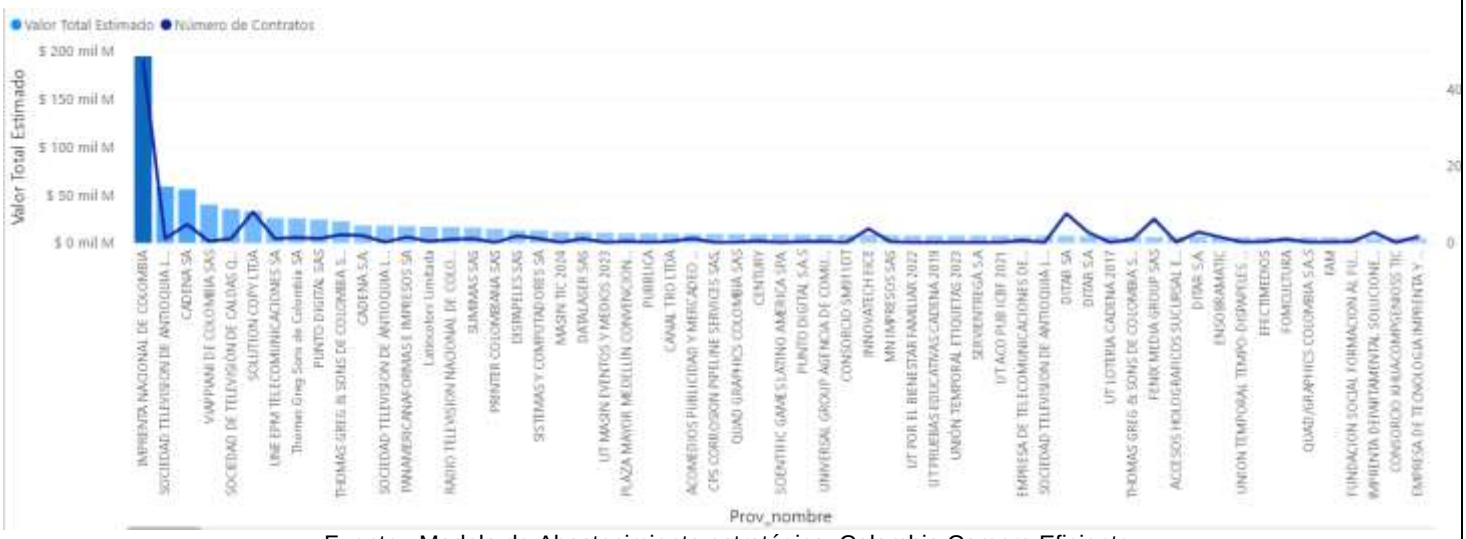
Gráfico 9. Cantidad de contratos analizados mediante el Modelo de Abastecimiento Estratégico por tipo de proveedor



Fuente : Modelo de Abastecimiento estratégico, Colombia Compra Eficiente

Además, de los proveedores que se pueden identificar, se resalta la participación en valor por parte IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA, la Sociedad Televisión de Antioquia, Cadena SA, VIAPIANI DE COLOMBIA SAS, Sociedad de Televisión de Caldas Quindío y Risaralda, Solution Copy LTDA y UNE EPM TELECOMUNICACIONES SA.

Gráfico 10. Valor y cantidad de contratos analizados mediante el Modelo de Abastecimiento Estratégico por proveedor



Fuente : Modelo de Abastecimiento estratégico, Colombia Compra Eficiente

7.3. IDENTIFICACIÓN DE MIPYMES, EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES

En aras de dar cumplimiento a lo establecido en la Ley 2069 de 2020 y su Decreto Reglamentario 1860 de 2021, se identificó que de 24.588 MiPymes registradas en la base de datos SIIS[2] con corte a diciembre del 2023, 109 producen y comercian bienes y servicios que satisfacen la necesidad del presente proceso según los códigos CIIU identificados en apartados anteriores. Así mismo, el 9% de estas empresas tienen como ciudad de dirección de domicilio la ciudad de Cali.

[2] Sistema Integrado de Información Societaria, https://siis.ia.supersociedades.gov.co/#/

Por otro lado, de los proveedores identificados en el apartado de análisis de la oferta se cuenta con la siguiente información:

Tabla 16, Proveedores Identificados.

Variable	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3	Proveedor 4	Proveedor 5	Proveedor 6	Proveedor 7	Proveedor 8	Proveedor 9
Identificación	900301945	900056779	7696556	800226923	900644468	900311436	900231185	901189368	900811939
Razón Social	Copy Medios	VISION BTL SAS	Hebergrafic as	Signal Marketing S.A.S.	FUNDACION PARA EL DESARROLLO ECONOMICO - FDE	CORPORACION CIUDADANA SOLIDARIA	CBW EAI SAS	DOKUMA. CREATIVIDAD & TECNOLOGIA SAS	PRINT CREATIVOS SAS
Tipo de organización	Sociedad de Responsabilidad Limitada colombiana	Sociedad por acciones simplificada	Persona natural	Sociedad por acciones simplificada	Entidad Sin Ánimo de Lucro	Corporaciones	Sociedad por acciones simplificada	Sociedad por acciones simplificada	Sociedad por acciones simplificada
Ciudad	Cali	Cali	Neiva	Manizales	Cali	Tuluá	Medellín	Bogotá	Cartagena
MIPYMES	SÍ	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES	SI	NA	NO	NA	NO	NA	NO	SI	NO

Fuente: SECOP

7.4. IDENTIFICACIÓN DE CRITERIOS QUE PROMUEVEN LA INCLUSIÓN SOCIAL E

INCORPORACIÓN DE POBLACIÓN VULNERABLE
N/A

7.5. IDENTIFICACIÓN DE SERVICIOS DE ORIGEN NACIONAL Y/O PRODUCTORES AGROPECUARIOS LOCALES
Dada la necesidad identificada no se hace necesaria la identificación de servicios de origen nacional y/o productores agropecuarios locales puesto que no se determinarán puntajes ponderables para el presente proceso.

7.6. CADENA DE SUMINISTRO
La cadena de suministro del material POP (Punto de Compra) involucra varios procesos que aseguran que los materiales de marketing de una marca lleguen a los puntos de venta de manera eficiente. Esto incluye tanto la producción de elementos con el logo de la empresa, como la logística y distribución, que requieren personal especializado para manejar la complejidad de estos procesos. Este material representa una inversión significativa en trade marketing para fabricantes y retailers. La cadena de suministro de material de apoyo impreso para procesos de administración pública sigue una serie de etapas clave, desde la planificación hasta la entrega. A continuación te detallo un flujo general de esta cadena de suministro: **1. Planificación y diseño** • **Identificación de necesidades**: Se realiza un análisis para determinar qué documentos o materiales impresos se necesitan, incluyendo formularios, manuales, guías, afiches, certificados, entre otros. • **Diseño del material**: En esta etapa, los departamentos de comunicación o diseño preparan los documentos con base en las necesidades identificadas. Incluye el diseño gráfico, la revisión de contenido y el cumplimiento con normativas de la administración pública, como logos y otros elementos oficiales. **2. Aprobación** • **Revisión interna**: Los materiales son revisados por las áreas correspondientes para asegurar que cumplan con las normativas y estándares de calidad.

- **Aprobación oficial**: Dependiendo del organismo público, es posible que los documentos deban ser aprobados por varias instancias administrativas o de supervisión.

3. Procura de materiales

- **Selección de proveedores**: Se lleva a cabo una licitación pública (en muchos casos obligatoria para la administración pública) para seleccionar a los proveedores de los materiales necesarios, como papel, tintas y otros insumos.
- **Gestión de contratos**: Los contratos con proveedores deben cumplir con las normativas de compras públicas, asegurando transparencia y eficiencia.

4. Producción

- **Impresión**: Una vez se tiene el diseño aprobado y los insumos disponibles, se procede con la impresión. Este proceso puede realizarse internamente o ser externalizado a imprentas especializadas.
- **Acabados**: Posteriormente, se realiza el proceso de acabado que incluye cortes, encuadernación, plastificados, entre otros.

5. Almacenamiento y distribución

- **Almacenamiento**: Los materiales impresos se almacenan en bodegas o centros logísticos, a menudo gestionados por el propio gobierno o por empresas tercerizadas.
- **Distribución**: Los documentos se distribuyen a las diferentes oficinas, instituciones o usuarios finales (ciudadanos) a través de canales logísticos especializados. Esto puede implicar transporte interno, correos estatales o contrataciones de operadores logísticos privados.

6. Entrega y seguimiento

- **Recepción en oficinas públicas**: Los materiales se entregan a las oficinas correspondientes donde serán utilizados.
- **Uso y control**: Se lleva a cabo un control para asegurar que los materiales sean utilizados de manera adecuada y que cumplan con su propósito en la administración de servicios o procesos públicos.
- **Retroalimentación**: Se obtiene feedback de las diferentes áreas administrativas sobre la calidad y funcionalidad de los materiales para mejorar procesos futuros.

7. Gestión de residuos y sostenibilidad

- **Reciclaje y eliminación de sobrantes**: Una parte importante de la cadena de suministro en la administración pública es la gestión de los residuos generados (material impreso obsoleto o sobrante), asegurando procesos de reciclaje y la minimización de desperdicios para cumplir con políticas ambientales.
- **Sostenibilidad**: Actualmente, muchas administraciones públicas están incorporando prácticas de sostenibilidad en la cadena de suministro, como el uso de papel reciclado o tintas ecológicas, reduciendo el impacto ambiental.

Desafíos clave en esta cadena de suministro:

- **Regulación y burocracia**: Las normativas estrictas y la necesidad de cumplir con marcos legales específicos pueden alargar el proceso.
- **Transparencia y corrupción**: Es crucial asegurar que los procesos de contratación y producción sean transparentes, libres de corrupción y favorezcan la eficiencia.
- **Tecnología y digitalización**: La tendencia a reducir la dependencia del papel, favoreciendo procesos digitales, está transformando este flujo.

Este esquema cubre el proceso general, pero puede variar ligeramente dependiendo del país y del tipo de administración pública.

7.7. ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos para el material de apoyo impreso en procesos de administración pública está compuesta por varios elementos, que incluyen desde los costos de adquisición de materias primas hasta los gastos de distribución y administración:

1. Costos directos de producción

Estos son los costos relacionados directamente con la creación y entrega del material impreso.

a) Materia prima

- **Papel**: El costo del papel varía según el tipo (calidad, gramaje, papel reciclado, papel offset, etc.) y la cantidad requerida. La administración pública puede utilizar papel estándar, reciclado o con certificaciones medioambientales, lo que afecta el precio.
- **Tintas y tóner**: Los costos de las tintas para impresión, que incluyen tintas convencionales o

tintas ecológicas. Dependiendo de si la impresión es a color o en blanco y negro, este costo puede variar considerablemente.
- **Otros insumos**: Elementos como plastificados, pegamentos, cintas adhesivas, grapas, anillas para encuadernado o cualquier otro material adicional para acabados específicos.

b) Impresión

- **Impresión interna o externa**: Si la administración pública tiene su propio equipo de impresión, los costos incluyen la depreciación de los equipos y el mantenimiento. Si el proceso se externaliza, se debe considerar el costo del servicio de impresión que depende del tamaño del tiraje, la calidad requerida, y el proveedor seleccionado.
- **Mantenimiento de equipos**: Cuando el proceso es interno, se debe considerar el mantenimiento regular de las impresoras, así como el costo de la energía eléctrica utilizada.

c) Mano de obra directa

- **Personal de impresión**: Los salarios del personal encargado del proceso de impresión, desde operadores de maquinaria hasta el personal que realiza la preparación de los documentos para ser impresos.
- **Mano de obra en acabados**: Si se requieren procesos adicionales, como encuadernado, corte, plegado, etc., se deben incluir los costos del personal que realiza estos trabajos.

2. Costos indirectos

Estos costos no están directamente relacionados con la producción, pero son esenciales para el proceso general.

a) Costos administrativos

- **Supervisión y control de calidad**: Costos asociados a la supervisión y control de calidad del material impreso, asegurando que cumpla con los requisitos normativos y de calidad.

b) Almacenamiento

- **Espacio de almacenamiento**: Los costos relacionados con el alquiler o mantenimiento de los almacenes donde se guarda el material impreso antes de ser distribuido.
- **Manejo de inventarios**: Costos del personal encargado de gestionar los inventarios, así como

los sistemas de control de stock.

c) Logística y distribución

- **Transporte**: Los costos de transporte para distribuir los materiales impresos a las diferentes oficinas y entidades públicas, ya sea a nivel nacional o local. Esto puede incluir vehículos propios o servicios de mensajería contratados.
- **Empaque**: Los costos del material utilizado para empacar los productos impresos y protegerlos durante el transporte.

3. Costos asociados a la tecnología

- **Software de diseño**: Costo de adquisición y licencias de software especializado para el diseño de documentos (Adobe, CorelDRAW, etc.).
- **Mantenimiento de sistemas**: Si el diseño o gestión de impresión es automatizada o semi-automatizada, el mantenimiento de estos sistemas y la actualización de software también son costos a considerar.

4. Costos regulatorios y normativos

- **Cumplimiento de normativas**: En la administración pública, hay normativas específicas que deben cumplirse para la producción de materiales impresos, como normativas de accesibilidad (por ejemplo, formatos para personas con discapacidad visual). Cumplir con estas normativas puede generar costos adicionales en diseño o producción.
- **Licencias y certificaciones**: Algunos documentos oficiales pueden requerir certificaciones específicas o licencias que generan costos adicionales.

5. Costos de sostenibilidad

Cada vez más, las administraciones públicas están incorporando prácticas sostenibles, lo que también impacta la estructura de costos.

- **Material reciclado**: Si se opta por el uso de papel reciclado o tintas ecológicas, el costo de estos insumos puede ser más alto que los tradicionales.
- **Gestión de residuos**: Los costos de gestión adecuada de residuos, como el reciclaje de papel sobrante o la eliminación segura de documentos confidenciales.

6. Costos de oportunidad

- **Retrasos**: Si hay demoras en la producción o distribución de los materiales impresos, pueden generarse costos adicionales relacionados con la ineficiencia o con tener que recurrir a proveedores más costosos para acelerar el proceso.
- **Obsolescencia**: En algunos casos, los materiales impresos pueden volverse obsoletos antes de ser utilizados, lo que representa un costo de desperdicio.

Resumen de la estructura de costos:

1. **Costos directos**:
   - Materia prima (papel, tinta)
   - Mano de obra directa (impresión, acabados)
   - Impresión (interna o externa)
2. **Costos indirectos**:
   - Almacenamiento
   - Logística y distribución
3. **Costos tecnológicos**:
   - Software de diseño
   - Mantenimiento de sistemas
4. **Costos regulatorios y normativos**:
   - Cumplimiento de normativas
   - Licencias y certificaciones
5. **Costos de sostenibilidad**:
   - Materiales ecológicos
   - Gestión de residuos
6. **Costos de oportunidad**:
   - Retrasos
   - Obsolescencia de materiales

Se debe tener en cuenta los otros costos asociados a la ejecución contractual, como son los gastos generales y los gastos de legalización, financieros, impuestos, retenciones y descuentos de Ley en que deberá incurrir para ejecución del mismo.

Los interesados deberán tener en cuenta las deducciones y retenciones que podrían realizarse, en los siguientes términos:

Tabla 17, deducciones y retenciones

ESTAMPILLA PROBIENESTAR DEL ADULTO MAYOR	**2,00%**
ESTAMPILLA PROCULTURA	**1,00%**
TASA PRODEPORTES	**2,00%**
PROHOSPITALES UNIVERSITARIOS	**1,00%**
PRODESARROLLO	**3,50%**
PROPACIFICO	**0,50%**
PROUNIVALLE	**2,00%**
Pro-Justicia Familiar- EJ	**2,00%**
RTE ICA	**0,33%**
RTE FUENTE	**3,50%**

Lo anterior sin perjuicio de que la Alcaldía del Distrito de Santiago de Cali deba aplicar nuevas deducciones e impuestos en cumplimiento de normas legales superiores que entren en vigencia con posterioridad a la emisión del presente documento, en todo caso, con la presentación de la propuesta se entenderá aceptada por parte del proponente, la forma de pago y todas las deducciones y retenciones aplicables.

7.8. INDICADORES FINANCIEROS Y ORGANIZACIONALES

De conformidad con lo establecido en el numeral 15 del artículo de la Ley 80 de 1993, Artículo 6 la Ley 1150 de 2007 modificado por el artículo 221 del Decreto Ley 019 de 2012 y el Decreto 1082 de 2015, la capacidad Jurídica y la solidez financiera serán objeto de verificación sin calificarse en cuanto no son factores de comparación de las ofertas. Además, se deberán verificar los indicadores de capacidad organizacional contenidos en el artículo 2.2.1.1.1.5.3 del Decreto 1082 de 2015. La entidad podrá exigir a los proponentes la información y documentación que no sea objeto de verificación documental por parte de la Cámara de Comercio, o la que se requiera para constatar requisitos adicionales de los proponentes cuando las características del objeto a contratar lo exijan.

Para analizar el comportamiento financiero del sector, se utilizó la base de datos de la Superintendencia de Sociedades y/o Cámara de Comercio de las empresas nacionales y sus estados reportados a diciembre de 2023. Para el efecto de filtrado, se tuvieron en cuenta a las empresas que reportan como actividad principal alguno de los códigos CIIU F:

C1811 - Actividades de impresión
C1812 - Actividades de servicios relacionados con la impresión
G4711- Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco
G4761- Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados

De los proveedores del sector, se hizo un análisis financiero y estadístico para identificar los límites que constituyen los requisitos habilitantes. Dichos límites, tienen en cuenta las necesidades y requerimientos financieros del proceso de contratación actual y la capacidad financiera de los proveedores del sector para cumplir con las obligaciones derivadas del contrato. Se tuvieron en cuenta 3 indicadores de capacidad financiera y 2 de capacidad organizacional: Indicador de Liquidez, Índice de Endeudamiento y Razón de Cobertura de Intereses para la capacidad financiera; y, para la capacidad organizacional, la Rentabilidad sobre el Patrimonio y la Rentabilidad sobre el Activo. De acuerdo a la consulta de estados financieros ante la Superintendencia de Sociedades, se obtuvo una base de datos de 126 empresas asociadas a los códigos CIIU anteriormente descritos; sin embargo, al realizar una revisión en detalle de dichas empresas se encontró que 4 empresas del sector contaban con Patrimonio negativo, por lo anterior, el equipo económico estructurador consideró pertinente depurar esas 4 empresas teniendo en cuenta que un patrimonio negativo significa una capacidad financiera reducida de desarrollar contratos de la magnitud del presente proceso.

Luego de estructurar la base de datos de 99 empresas con la muestra extraída y para calcular los indicadores de capacidad financiera y organizacional, se realizaron los siguientes procedimientos estadísticos:

1. El tamaño de la muestra para cada uno de los indicadores se estableció después de depurar los datos atípicos del total de la base de datos obtenida. Se les aplicó el método estadístico de puntuación z, este método estadístico permite identificar los datos que tienen un comportamiento anormal o extraño, que están fuera del rango normal, el cual se encuentra entre: | -3 a 3 |.

2. Aunado a lo anterior se aplicó el método de winsorización, el cual es un método estadístico que permite ponderar los valores extremos, dándole al indicador un comportamiento de mayor normalidad contemplando una desviación estándar.

3. Para determinar los valores de los indicadores de capacidad financiera y organizacional sugeridos para este proceso de contratación, se utilizó el método de la desviación estándar, indicando los limites inferiores o superiores según aplique en donde se concentran la mayoría de los datos de la muestra.

De acuerdo con el manual de Colombia Compra Eficiente, el comité económico estructurador determina cómo métrica, para identificar los requisitos financieros y organizacionales: la diferencia entre el promedio y la desviación estándar para el Indicador de Liquidez, la Razón de Cobertura de Intereses, la Rentabilidad sobre el Patrimonio y la Rentabilidad sobre el Activo; para el Índice de Endeudamiento se utiliza como métrica la suma entre el promedio y la desviación estándar. Lo anterior de acuerdo a los datos observados de la muestra extraída. De acuerdo a lo anterior, al tamaño de la muestra y al comportamiento de las empresas del sector analizado, los límites de cada indicador se fijan manteniendo un margen flexible que permita la participación plural de oferentes.

Tabla 18, Indicadores financieros calculados mediante el método de la intervalo de confianza

Método del intervalo de confianza

Índice de Liquidez	1,06
Nivel de endeudamiento	0,35
Razón de Cobertura de Intereses	0,78
Rentabilidad del Patrimonio	0,09
Rentabilidad del Activo	0,03

Número de proponentes	99,00
Número de proponentes habilitados	34,00
Porcentaje de proponentes habilitados	34%

Fuente: Cálculos propios a partir de la base de datos de la SIIS.

A. ÍNDICE DE LIQUIDEZ:

El índice de liquidez determina la capacidad que tiene el proponente para cumplir con sus obligaciones de corto plazo. A mayor índice de liquidez, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones de corto plazo. El indicador de liquidez requerido para la oferta se calculará teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$\text{ÍNDICE DE LIQUIDEZ}: \frac{ACTIVO\ CORRIENTE}{PASIVO\ CORRIENTE}$$

$$\text{ÍNDICE DE LIQUIDEZ} > 1{,}06$$

En el caso de oferentes en Unión Temporal o Consorcio, la liquidez acreditada será igual a la fracción de: la sumatoria de los valores individuales de los activos corrientes sobre la sumatoria de los valores individuales de los pasivos corrientes.

En caso de que el pasivo corriente del proponente sea cero ($0), el proponente será habilitado, toda vez que el mismo no presenta compromisos a corto plazo.

B. NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

Este porcentaje determina el grado de endeudamiento en la estructura de financiación del proponente; estructura de financiación del proponente. A mayor nivel de endeudamiento, mayor es la probabilidad del proponente de no poder cumplir con sus pasivos. El nivel de endeudamiento requerido para la oferta se calculará teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$NIVEL\ DE\ ENDEUDAMIENTO: \frac{PASIVO\ TOTAL}{ACTIVO\ TOTAL}$$

$$NIVEL\ DE\ ENDEUDAMIENTO \leq 0{,}35$$

En el caso de oferentes en Unión Temporal o Consorcio, el nivel de endeudamiento acreditado será igual a la fracción de: la sumatoria de los valores individuales del pasivo total sobre la sumatoria de los valores individuales del activo total.

C. RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES:

La razón de cobertura de Intereses refleja la capacidad del proponente de cumplir con sus obligaciones financieras. A mayor cobertura de intereses, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones financieras. La razón de cobertura de intereses indica el número de veces que las empresas pueden pagar intereses anuales con su utilidad operacional. La razón de cobertura de intereses requerida para la oferta se calculará teniendo en cuenta la siguiente

fórmula:

$$RAZON\ DE\ COBERTURA\ DE\ INTERESES: \frac{UTILIDAD\ OPERACIONAL}{GASTOS\ DE\ INTERESES}$$

$$RAZON\ DE\ COBERTURA\ DE\ INTERESES \geq 0{,}78$$

En el caso de oferentes en Unión Temporal o Consorcio, la razón de cobertura de intereses acreditada será igual a la fracción de: la sumatoria de los valores individuales de la utilidad operacional sobre la sumatoria de los valores individuales de los gastos en intereses.

Si al realizar la verificación de la razón de cobertura de interés el oferente no presenta obligaciones financieras, registrando el saldo de su cuenta de Gastos por Interés en cero ($0); se establecerá como cumplido para el caso del indicador en mención.

D. RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO

Este indicador determina la rentabilidad del patrimonio del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el patrimonio. A mayor rentabilidad sobre el patrimonio, mayor es la rentabilidad de los accionistas y mejor la capacidad organizacional del proponente. La rentabilidad del patrimonio, al ser positiva, indica que tan rentable fue el patrimonio de la empresa durante el año. La rentabilidad sobre el patrimonio requerida para la oferta se calculará teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$RENTABILIDAD\ SOBRE\ EL\ PATRIMONIO: \frac{UTILIDAD\ OPERACIONAL}{PATRIMONIO}$$

$$RENTABILIDAD\ SOBRE\ EL\ PATRIMONIO \geq 0{,}09$$

En el caso de Consorcios la rentabilidad del patrimonio será el resultado de la división entre la sumatoria de la UTILIDAD OPERACIONAL para cada uno de los integrantes y la sumatoria del PATRIMONIO de cada uno de los integrantes. Para Uniones Temporales será la sumatoria del resultado de la multiplicación del UTILIDAD OPERACIONAL por el porcentaje de participación de cada integrante de la unión temporal dividido la sumatoria del resultado de la multiplicación del PATRIMONIO por el porcentaje de participación de cada integrante de la unión temporal.

E. RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO

Este indicador determina la rentabilidad de los activos del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo. La rentabilidad sobre el activo, al ser positiva, nos muestra que, a mayor rentabilidad sobre activos, mayor es la rentabilidad del negocio y mejor la capacidad organizacional del proponente. De igual forma nos da información de cuanto se genera en utilidad operacional por cada peso invertido en los activos. La rentabilidad sobre el activo requerida para la oferta se calculará teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$RENTABILIDAD\ SOBRE\ EL\ ACTIVO: \frac{UTILIDAD\ OPERACIONAL}{ACTIVO\ TOTAL}$$

$$RENTABILIDAD\ SOBRE\ EL\ ACTIVO \geq 0{,}03$$

Para Consorcios será el resultado de la división entre la sumatoria de la UTILIDAD OPERACIONAL para cada uno de los integrantes y la sumatoria del ACTIVO de cada uno de los integrantes. Para Uniones Temporales será la sumatoria del resultado de la multiplicación del UTILIDAD OPERACIONAL por el porcentaje de participación de cada integrante de la unión temporal dividido la sumatoria del resultado de la multiplicación del ACTIVO por el porcentaje de participación de cada integrante de la unión temporal.

HABILITANTES CAPACIDAD FINANCIERA

a) Índice de Liquidez ó Razón corriente: En el análisis realizado con la muestra de las Empresas, se genera en el intervalo de confianza en el límite inferior mayor o igual a 1.06 se recomienda en este proceso un índice de liquidez mayor o igual ≥ a 1.06.

b) Nivel de Endeudamiento: Cabe resaltar que entre menor sea el nivel de endeudamiento el riesgo de quiebra de la empresa oferente es menor. Para este proceso se recomienda un índice de endeudamiento menor o igual al ≤ 35%.

c) Razón de Cobertura de Interés sea mayor o igual ≥ a 0,78

d) Rentabilidad del Patrimonio sea mayor o igual ≥ a 0,09%

e) Rentabilidad del Activo sea mayor o igual ≥ a 0,03 %

MÉTODO DE VALORACIÓN DEL FACTOR ECONÓMICO.

Se seleccionará el método de ponderación de la propuesta económica de acuerdo con los métodos que se describen a continuación:

Métodos de ponderación

Concepto	Método
1	Mediana con valor absoluto
2	Media geométrica

Revisión Aritmética. En caso de error en la sumatoria de los valores parciales/unitarios contenidos en el ANEXO 2 PROPUESTA ECONÓMICA, la Secretaría de Bienestar Social del Distrito de Santiago de Cali, modificará el valor total de la propuesta y este será aceptado por parte del oferente en caso que se le adjudique el contrato. Si con la corrección aritmética se supera el presupuesto oficial, la propuesta será rechazada.
Las ofertas con error superior al 5% del valor de la propuesta original, se calificarán con cero (0) puntos en la evaluación económica.
Los valores ($0%) que resulten de la presentación, revisión y evaluación de la oferta, y que arroje decimales, la Secretaría de Bienestar Social aproximará dicho valor al peso, unidad o entero mediante la siguiente metodología: cuando la fracción decimal del valor sea igual o superior a cinco (5) se aproximará por exceso al peso o unidad, y cuando la fracción del valor sea inferior a cinco (5) se aproximará por defecto al peso o unidad.
Para la determinación del método se tomarán hasta las centésimas de la (TRM) Tasa de cambio Representativa del Mercado (certificada por el Banco de la República) que rija el día hábil siguiente al cierre del proceso.
Para la determinación del método de evaluación económica se tomarán hasta las dos (2) centésimas de la Tasa Representativa del Mercado (TRM) que rige las operaciones cambiarias del día siguiente al cierre del proceso, la cual será consultada en la página web de la Superintendencia Financiera de Colombia, https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/10100115.
El método de evaluación económica se determinará de acuerdo a los rangos establecidos a continuación:
El método de ponderación se determinará de acuerdo con los rangos del siguiente cuadro:

Rango (inclusive)	Número	Método
De 0.00 a 0.49	1	Mediana con valor absoluto
De 0.50 a 0.99	2	Media geométrica

La Secretaría de Bienestar Social del Distrito de Santiago de Cali emplea la anterior metodología considerando que al establecerse dos (2) posibilidades distintas de determinación de la propuesta con mayor puntaje, y adicionalmente estableciendo una metodología aleatoria en la selección de la fórmula a emplear, se proporciona una metodología adecuada y transparente para la selección objetiva del proponente.

De conformidad con lo expuesto, cabe concluir que los principios de transparencia, igualdad y selección objetiva, a que está sometida la selección del contratista, se desarrollan mediante la sujeción de la escogencia del contratista a la ley y al pliego de condiciones.

A. Mediana con valor absoluto

La Entidad calculará el valor de la mediana con los valores de las propuestas hábiles. En esta alternativa se entenderá por mediana de un grupo de valores el resultado del cálculo que se obtiene a través de la aplicación del siguiente proceso: la Entidad ordenará los valores de las propuestas hábiles de manera descendente. Si el número de valores es impar, la mediana corresponde al valor central, si el número de valores es par, la mediana será el promedio de los dos valores centrales.

$$\mathrm{Me} = \mathrm{Mediana}(\mathrm{V}_1; \mathrm{V}_2 . . ; \ldots \mathrm{V}_\mathrm{m})$$

Donde:

- V_i: Es el valor total corregido de cada una de las propuestas “i”.
- m: Es el número total de propuestas económicas válidas recibidas por la Entidad.
- Me: Es la mediana calculada con los valores de las propuestas económicas válidas.

Bajo este método la Entidad asignará el puntaje así:

I. Si el número de valores de las propuestas hábiles es impar, el máximo puntaje será asignado a la propuesta que se encuentre en el valor de la mediana. Para las otras propuestas, se utilizará la siguiente fórmula:

$$\mathrm{Puntaje} = \left[\left\{1 - \left|\frac{\mathrm{Me} - \mathrm{V}_\mathrm{i}}{\mathrm{Me}}\right|\right\} * \mathrm{Puntaje\ máximo}\right]$$

Donde:

- Me: Es la mediana calculada con los valores de las propuestas económicas válidas.
- V_i: Es el valor total corregido de cada una de las propuestas “i”.

II. Si el número de valores de las propuestas hábiles es par, se asignará el máximo puntaje a

la propuesta que se encuentre inmediatamente por debajo de la mediana. Para las otras propuestas, se utilizará la siguiente fórmula

$$\text{Puntaje} = \left[\left\{1 - \left|\frac{V_{Me} - V_i}{V_{Me}}\right|\right\} * \text{Puntaje máximo}\right]$$

Donde:

- V_{Me}: Es el valor de la propuesta económica válida inmediatamente por debajo de la mediana.
- V_i: Es el valor total corregido de cada una de las propuestas "i".

B. Media Geométrica

Para calcular la Media Geométrica se tomará el valor de las propuestas hábiles para el respectivo factor de calificación para asignar el puntaje de conformidad con el siguiente procedimiento:

$$MG = \sqrt[n]{V_1 * V_2 * V_3 * \ldots * V_n}$$

Donde:

- MG: Es la media geométrica de todas las ofertas habilitadas.
- V1: Es el valor de una propuesta habilitada.
- Vn: Es el valor de la propuesta n habilitada.
- n: La cantidad total de propuestas habilitadas.

Para efectos de la asignación de puntaje se tendrá en cuenta lo siguiente: se otorgará el máximo puntaje al valor de la propuesta que se encuentre más cerca (por exceso o por defecto) al valor de la media geométrica calculada para el factor correspondiente.
Las demás propuestas recibirán puntaje de acuerdo con la siguiente ecuación:

$$\text{Puntaje} = \text{Puntaje máximo} * \left(1 - \left(\frac{|MG - V_i|}{MG}\right)\right).$$

NOTA: En el caso de Ofertas económicas con valores mayores a la media aritmética alta se tomará el valor absoluto de la diferencia entre la media aritmética alta y el valor de la Oferta, como se observa en la fórmula de ponderación.
OFERTA ÚNICA. En el evento de presentarse una sola oferta y sea admitida y hábil conforme a los requerimientos del pliego, se le adjudicará el proceso de acuerdo con lo señalado en el artículo 2.2.1.1.2.2.6 del Decreto 1082 de 2015, *Adjudicación con Oferta Única*, por el valor total de la propuesta contenida en el ANEXO No. 2, una vez revisada y corregida por la Secretaría de Bienestar Social, de conformidad a lo dispuesto en el presente pliego de condiciones.

Para la obtención del puntaje el proponente deberá presentar debidamente diligenciado por el Representante Legal el Anexo 2. En caso de que se le adjudique el contrato, este factor ponderable quedará incluido en las obligaciones específicas del contrato

7.9. INDICADORES FINANCIEROS Y ORGANIZACIONALES DIFERENCIALES

N/A

8. ESTUDIO DEL MERCADO

Para determinar el valor estimado del proceso, se optó por consultar el valor unitario de los ítems requeridos para el servicio de diseño y reproducción de los elementos requeridos que permita el desarrollo eficaz de las actividades de cada una de las líneas de trabajo.

Subsecretaría de Poblaciones y Etnias contratar el servicio de diseño e impresión de material POP "recursos gráficos, de publicidad o las exhibiciones utilizadas en el Punto de Venta para la promoción y difusión de una marca, categoría o producto" que respalde las actividades de la dependencia, conforme a las funciones establecidas en el Artículo 131 del Decreto Extraordinario Nº 411.0.20.0516 de 2016.

SERVICIOS DE ATENCIÓN INTEGRAL A NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN SANTIAGO DE CALI – BP 26005412

CONCEPTO	ÍTEM	CANTIDAD	PRESUPUESTO DISPONIBLE (SEGÚN C. DE VALOR)							
			COPY MEDIOS/Valor Unitario	COPY MEDIOS/ Valor Total	DIFFER G/Valor Unitario	DIFFER G/ Valor Total	Star ColorValor Unitario	Star Color/ Valor Total	Valor promedio Unitario	Valor promedio Total
Realizar reproducc	Reproducción de	1000	$ 9.400	$ 9.400.000	$ 9.036	$ 9.036.000	$ 9.397	$ 9.397.000	$ 9.278	$ 9.277.667

ión (diseño e impresión) de material impreso para promover la garantía de derechos de los niños y niñas en las jornadas comunitarias y eventos de promoción de derechos	**dos Cartillas para procesos de sensibilización en prevención del reclutamiento, uso y utilización de NNA por parte de GAO y GDO, y una cartilla guía para realizar acciones de formación en los territorios con los niños, niñas y adolescentes.**	1000	$ 9.400	$ 9.400.000	$ 9.036	$ 9.036.000	$ 9.397	$ 9.397.000	$ 9.278	$ 9.277.667	
	Diseño y reproducción regla de 15 cms x 5 cm con información de ruta de atención y prevención de violencia y explotació	1600	$ 4.075	$ 6.520.000	$ 4.034	$ 6.454.400	$ 4.073	$ 6.516.800	$ 4.061	$ 6.497.067	
		1613	$ 4.075	$ 6.572.975	$ 4.034	$ 6.506.842	$ 4.073	$ 6.569.749	$ 4.061	$ 6.549.855	

	n sexual y reglas con descripción de la problemática de trabajo infantil y la ruta de atención.									
	Diseño y reproducción de cartilla con información de Abuso sexual y Explotación sexual Comercial de NNA dirigido a niños, niñas y adolescentes.	4000	$ 9.300	$ 37.200.000	$ 9.207	$ 36.828.000	$ 9.297	$ 37.188.000	$ 9.268	$ 37.072.000
	Calcomanías con mensaje de sensibilización frente al abuso sexual y/o Explotación sexual Comercial de NNA	4000	$ 2.000	$ 8.000.000	$ 1.980	$ 7.920.000	$ 1.999	$ 7.996.000	$ 1.993	$ 7.972.000
	Afiches Medio Pliego en propalcot	200	$ 5.000	$ 1.000.000	$ 4.950	$ 990.000	$ 4.998	$ 999.600	$ 4.983	$ 996.533
		200	$ 5.000	$ 1.000.000	$ 5.950	$ 1.190.000	$ 4.998	$ 999.600	$ 5.316	$ 1.063.200

	e 200gr impreso full color con ruta de atención violencia sexual y sensibilización frente a la Explotación sexual Comercial de NNA									
	Juego a escala grande (Tamaño 1.50 mts aprox.) en banner (rayuela)	2	$ 370.000	$ 740.000	$ 366.336	$ 732.672	$ 369.889	$ 739.778	$ 368.742	$ 737.483
	Juego didáctico Ej: Rompecabezas en MDF escala grande (tamaño 1.50 mts) , full color, con estructura de soporte, para actividad pedagógica con grupos	2	$ 110.000	$ 220.000	$ 108.910	$ 217.820	$ 109.967	$ 219.934	$ 109.626	$ 219.251
	Diseño y elaboració	1000	$ 8.000	$ 8.000.000	$ 7.920	$ 7.920.000	$ 7.997	$ 7.997.000	$ 7.972	$ 7.972.333

	n llaveros, full color, con logo institucional y nombre de campaña contra el trabajo infantil.									
	Diseño y elaboración Sticker full tintas "Por una Cali libre de trabajo infantil"	5000	$ 500	$ 2.500.000	$ 495	$ 2.475.000	$ 499	$ 2.495.000	$ 498	$ 2.490.000
	Camisetas (de varias tallas) bordadas con publicidad de la campaña contra el trabajo infantil.	50	$ 45.000	$ 2.250.000	$ 44.554	$ 2.227.700	$ 44.986	$ 2.249.300	$ 44.847	$ 2.242.333
	Personalizar vehículo de la Secretaría (diseño e instalación de calcomanía para VAN)	1	$ 5.000.000	$ 5.000.000	$ 4.950.495	$ 4.950.495	$ 4.998.500	$ 4.998.500	$ 4.982.998	$ 4.982.998
	Cartilla con información de	1500	$ 9.400	$ 14.100.000	$ 9.306	$ 13.959.000	$ 9.397	$ 14.095.500	$ 9.368	$ 14.051.500

	prevención de las violencias y temáticas para las familias									
	Planeador de la Familia	1000	$ 12.000	$ 12.000.000	$ 11.881	$ 11.881.000	$ 11.996	$ 11.996.000	$ 11.959	$ 11.959.000
	Material de divulgación con información de los servicios y temáticas para las familias (plegables o acordeón)	932	$ 3.000	$ 2.796.000	$ 2.920	$ 2.721.440	$ 2.999	$ 2.795.068	$ 2.973	$ 2.770.836

	SUBTOTAL	**$ 5.606.150**	**$ 126.698.975**	**$ 5.551.044**	**$ 125.046.369**	**$ 5.604.462**	**$ 126.649.829**	**$ 5.587.219**	**$ 126.131.724**

FORTALECIMIENTO DE LA ATENCIÓN INTEGRAL DE LAS PERSONAS LGBTIQ+ EN SANTIAGO DE CALI - BP 26005415.

CONCEPTO	**ÍTEM**	**CANTIDAD**	**PRESUPUESTO DISPONIBLE (SEGÚN C. DE VALOR)**							
			COPY MEDIOS/Valor Unitario	**COPY MEDIOS/ Valor Total**	**DIFFER G/Valor Unitario**	**DIFFER G/ Valor Total**	**Star ColorValor Unitario**	**Star Color/ Valor Total**	**Valor promedio Unitario**	**Valor promedio Total**

Material necesario para desarrollar acciones para la construcción de redes de apoyo.	**Insumos POP**	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000	$ 5.940.594	$ 5.940.594	$ 5.998.200	$ 5.998.200	$ 5.979.598	$ 5.979.598
		539	$ 10.000	$ 5.390.000	$ 9.900	$ 5.336.100	$ 9.997	$ 5.388.383	$ 9.966	$ 5.371.494
		6	$ 1.167.000	$ 7.002.000	$ 1.155.445	$ 6.932.670	$ 1.166.650	$ 6.999.900	$ 1.163.032	$ 6.978.190
		10	$ 120.000	$ 1.200.000	$ 118.811	$ 1.188.110	$ 119.964	$ 1.199.640	$ 119.592	$ 1.195.917
		20	$ 25.000	$ 500.000	$ 24.752	$ 495.040	$ 24.992	$ 499.840	$ 24.915	$ 498.293
		539	$ 2.000	$ 1.078.000	$ 1.980	$ 1.067.220	$ 1.999	$ 1.077.461	$ 1.993	$ 1.074.227
		30	$ 150.000	$ 4.500.000	$ 148.514	$ 4.455.420	$ 149.955	$ 4.498.650	$ 149.490	$ 4.484.690
		539	$ 35.000	$ 18.865.000	$ 34.653	$ 18.677.967	$ 34.989	$ 18.859.071	$ 34.881	$ 18.800.679
		2	$ 8.000.000	$ 16.000.000	$ 7.920.792	$ 15.841.584	$ 7.997.600	$ 15.995.200	$ 7.972.797	$ 15.945.595
		7	$ 1.500.000	$ 10.500.000	$ 1.485.148	$ 10.396.036	$ 1.499.550	$ 10.496.850	$ 1.494.899	$ 10.464.295
		2	$ 3.500.000	$ 7.000.000	$ 3.465.346	$ 6.930.692	$ 3.498.950	$ 6.997.900	$ 3.488.099	$ 6.976.197
		539	$ 2.500	$ 1.347.500	$ 2.475	$ 1.334.025	$ 2.499	$ 1.346.961	$ 2.491	$ 1.342.829
		20	$ 120.000	$ 2.400.000	$ 118.811	$ 2.376.220	$ 119.964	$ 2.399.280	$ 119.592	$ 2.391.833
		10	$ 1.800.000	$ 18.000.000	$ 1.782.178	$ 17.821.780	$ 1.799.460	$ 17.994.600	$ 1.793.879	$ 17.938.793
	Insumos	957	$ 5.000	$ 4.785.000	$ 4.950	$ 4.737.150	$ 4.998	$ 4.783.086	$ 4.983	$ 4.768.412
		300	$ 10.000	$ 3.000.000	$ 9.900	$ 2.970.000	$ 9.997	$ 2.999.100	$ 9.966	$ 2.989.700
		500	$ 45.000	$ 22.500.000	$ 44.554	$ 22.277.000	$ 44.986	$ 22.493.000	$ 44.847	$ 22.423.333
		1	$ 3.000.000	$ 3.000.000	$ 2.970.297	$ 2.970.297	$ 2.999.100	$ 2.999.100	$ 2.989.799	$ 2.989.799
		1	$ 1.200.000	$ 1.200.000	$ 1.188.118	$ 1.188.118	$ 1.199.640	$ 1.199.640	$ 1.195.919	$ 1.195.919
		700	$	$	$	$	$	$	$	$

			7.000	4.900.000	6.930	4.851.000	6.997	4.897.900	6.976	4.882.967
		1	$ 600.000	$ 600.000	$ 594.059	$ 594.059	$ 599.820	$ 599.820	$ 597.960	$ 597.960
		700	$ 10.000	$ 7.000.000	$ 9.900	$ 6.930.000	$ 9.997	$ 6.997.900	$ 9.966	$ 6.975.967
		600	$ 60.000	$ 36.000.000	$ 59.405	$ 35.643.000	$ 59.982	$ 35.989.200	$ 59.796	$ 35.877.400
		800	$ 4.500	$ 3.600.000	$ 4.455	$ 3.564.000	$ 4.498	$ 3.598.400	$ 4.484	$ 3.587.467
		5	$ 400.000	$ 2.000.000	$ 396.039	$ 1.980.195	$ 399.880	$ 1.999.400	$ 398.640	$ 1.993.198
	SUBTOTAL	**$ 27.773.000**	**$ 188.367.500**	**$ 27.498.006**	**$ 186.498.277**	**$ 27.764.664**	**$ 188.308.482**	**$ 27.678.557**	**$ 187.724.753**	

FORTALECIMIENTO DE LA ATENCIÓN INTEGRAL CONTINÚA CON ENFOQUE MULTIDIMENSIONAL DIRIGIDA A LAS PERSONAS MAYORES DE SANTIAGO DE CALI - BP 26005434.

CONCEPTO	ÍTEM	CANTIDAD	PRESUPUESTO DISPONIBLE (SEGÚN C. DE VALOR)	COPY MEDIOS/Valor Unitario	COPY MEDIOS/ Valor Total	DIFFER G/Valor Unitario	DIFFER G/ Valor Total	Star ColorValor Unitario	Star Color/ Valor Total	Valor promedio Unitario	Valor promedio Total
Suministrar insumos y materiales de apoyo logístico	**Adquirir suministros de papelería e impresión requeridos para la atención a las**	500	$ 25.500	$ 12.750.000	$ 25.247	$ 12.623.500	$ 25.492	$ 12.746.000	$ 25.413	$ 12.706.500
		100	$ 31.000	$ 3.100.000	$ 30.693	$ 3.069.300	$ 30.990	$ 3.099.000	$ 30.894	$ 3.089.433
		200	$ 30.100	$ 6.020.000	$ 29.801	$ 5.960.200	$ 30.090	$ 6.018.000	$ 29.997	$ 5.999.400
		200	$ 10.500	$ 2.100.000	$ 10.396,00	$ 2.079.200	$ 10.496	$ 2.099.200	$ 10.464	$ 2.092.800
		20	$ 2.202.400	$ 44.048.000	$ 2.180.594	$ 249.500	$ 2.201.739	$ 44.034.780	$ 2.194.911	$ 29.444.093

	personas mayores beneficiarias en el centro de atención de adulto mayor.	10	$ 12.600	$ 126.000	$ 12.475	$ 173.260	$ 12.596	$ 125.960	$ 12.557	$ 141.740
		10	$ 17.500	$ 175.000	$ 17.326	$ 146.530	$ 17.494	$ 174.940	$ 17.440	$ 165.490
		4	$ 14.800	$ 59.200	$ 14.653	$ 67.720	$ 14.795	$ 59.180	$ 14.749	$ 62.033
		4	$ 17.100	$ 68.400	$ 16.930	$ 7.920	$ 17.094	$ 68.376	$ 17.041	$ 48.232
		20	$ 2.000	$ 40.000	$ 1.980	$ 59.400	$ 1.999	$ 39.980	$ 1.993	$ 46.460
		20	$ 3.000	$ 60.000	$ 2.970	$ 558.400	$ 2.999	$ 59.980	$ 2.990	$ 226.127
		20	$ 28.200	$ 564.000	$ 27.920	$ 198.000	$ 28.191	$ 563.820	$ 28.104	$ 441.940
		10	$ 10.000	$ 100.000	$ 9.900	$ 41.580	$ 9.997	$ 99.970	$ 9.966	$ 80.517
		20	$ 4.200	$ 84.000	$ 4.158	$ 439.600	$ 4.198	$ 83.960	$ 4.185	$ 202.520
		30	$ 22.200	$ 666.000	$ 21.980	$ 828.690	$ 22.193	$ 665.790	$ 22.124	$ 720.160
		15	$ 27.900	$ 418.500	$ 27.623	$ 36.519.690	$ 27.891	$ 418.365	$ 27.805	$ 12.452.185
	SUBTOTAL	**$ 2.459.000**	**$ 70.379.100**	**$ 2.434.646**	**$ 63.022.490**	**$ 2.458.254**	**$ 70.357.301**	**$ 2.450.633**	**$ 67.919.630**	

Fortalecimiento integral de las comunidades indígenas de Santiago de Cali - BP 26005423

CONCEPTO	**ÍTEM**	**CANTIDAD**	**PRESUPUESTO DISPONIBLE (SEGÚN C. DE VALOR)**							
			COPY MEDIOS/Valor Unitario	**COPY MEDIOS/ Valor Total**					**Valor promedio Unitario**	**Valor promedio Total**

APOYAR EN DOTACIÓN Y SUMINISTROS DE PAPELERÍA Y MATERIAL POP EN EL MARCO DE LA ATENCIÓN A LA POBLACIÓN INDÍGENA	**INSUMOS**	2	$ 1.794.500	$ 3.589.000	$ 1.776.732	$ 3.553.464	$ 1.793.961	$ 3.587.922	$ 1.788.398	$ 3.576.795
		9	$ 41.250	$ 371.250	$ 40.841	$ 367.569	$ 41.237	$ 371.133	$ 41.109	$ 369.984
	SUBTOTAL	**$ 1.835.750**	**$ 3.960.250**	**$ 1.817.573**	**$ 3.921.033**	**$ 1.835.198**	**$ 3.959.055**	**$ 1.829.507**	**$ 3.946.779**	
TOTAL	**$ 37.673.900**	**$ 389.405.825**	**$ 37.301.269**	**$ 378.488.169**	**$ 37.662.578**	**$ 389.274.667**	**$ 37.545.916**	**$ 385.722.887**		

APROPIACIÓN PRESEPUESTAS BP_26005412

- 4146/ 1.2.1.0.00/ 2.3.2.02.02.006/ 6102006/ BP-26005412/1/01/01/12 -$ 6.889.875
- 4146/ 1.3.3.1.00/ 2.3.2.02.02.006/ 6102006/ BP-26005412/1/01/01/16 -$ 31.100.000
- 4146/ 1.2.4.3.03.01/ 2.3.2.02.02.006/ 6102006/ BP-26005412/1/01/01/18 -$ 88.710.000

APROPIACIÓN PRESEPUESTAS BP_26005415

- 4146/ 1.2.3.1.19.44/ 2.3.2.02.02.009/ 6102006/ BP-26005415/1/01/01/04-$ 138.137.800
- 4146/ 1.3.3.3.20.44/ 2.3.2.02.02.009/ 6102006/ BP-26005415/1/01/01/07-$ 50.232.000

APROPIACIÓN PRESEPUESTAS BP_26005423

- 4146/1.3.3.1.00/2.3.2.02.02.008/6102006/BP-26005423/1/01/01/03 -$ 3.952.000

APROPIACIÓN PRESEPUESTAS BP_26005434

- 4146/1.3.3.3.20.48/2.3.2.02.01.003/6102006/BP-26005434/1/01/01/21-$ 70.379.100

De esta manera, se define el precio de referencia de cada uno de los bienes que se van a adquirir. El presupuesto oficial para el presente proceso de contratación será hasta la suma de Trescientos ochenta y nueve millones trescientos noventa y nueve mil ochocientos setenta y cinco PESOS MCTE ($ 389.399.875) incluido IVA, todos los impuestos, tributos, tasas y contribuciones nacionales, departamentales y municipales que se causen para la suscripción, legalización y demás costos directos e indirectos inherentes al proceso de contratación, recurso que se agotará a medida que se requieran los bienes estipulados anteriormente.

Para la evaluación de la oferta económica del presente proceso los proponentes NO podrán superar, para cada uno de los ítems, los PRECIO UNITARIO PROMEDIO DE REFERENCIA establecido en este capítulo del análisis del sector así como en el anexo denominado **"ESTIMACIÓN PRESUPUESTO OFICIAL"**. Así mismo, y en caso tal de lograr un ahorro dada la competencia vía precio de los posibles proponentes.

8.1 PRESUPUESTO OFICIAL DEL PROCESO

Trescientos ochenta y nueve millones trescientos noventa y nueve mil ochocientos setenta y cinco PESOS MCTE ($ 389.399.875) incluido IVA, todos los impuestos, tributos, tasas y contribuciones nacionales, departamentales y municipales que se causen para la suscripción, legalización y demás costos directos e indirectos inherentes al proceso de contratación, recurso que se agotará a medida que se requieran los bienes estipulados anteriormente. Para la evaluación de la oferta económica del presente proceso el proponente NO podrá superar, para cada uno de los ítems, los PRECIO UNITARIO PROMEDIO DE REFERENCIA establecido en este capítulo del análisis del sector así como en el anexo denominado **"ESTIMACIÓN PRESUPUESTO OFICIAL"**.

8.2 IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES

Se debe tener en cuenta los otros costos asociados a la ejecución contractual, como son los gastos generales y los gastos de legalización, financieros, impuestos, retenciones y descuentos de Ley en que deberá incurrir para ejecución del mismo.

Los interesados deberán tener en cuenta las deducciones y retenciones que podrían realizarse, en los siguientes términos:

ESTAMPILLA PROBIENESTAR DEL ADULTO MAYOR	**2,00%**
ESTAMPILLA PROCULTURA	**1,00%**
TASA PRODEPORTES	**2,00%**
PROHOSPITALES UNIVERSITARIOS	**1,00%**
PRODESARROLLO	**3,50%**
PROPACIFICO	**0,50%**
PROUNIVALLE	**2,00%**
Pro-Justicia Familiar- EJ	**2,00%**
RTE ICA	**0,33%**
RTE FUENTE	**3,50%**

Lo anterior sin perjuicio de que la Alcaldía del Distrito de Santiago de Cali deba aplicar nuevas deducciones e impuestos en cumplimiento de normas legales superiores que entren en vigencia con posterioridad a la emisión del presente documento, en todo caso, con la presentación de la propuesta se entenderá aceptada por parte del proponente, la forma de pago y todas las deducciones y retenciones aplicables.

9. ASPECTOS TÉCNICOS DEL BIEN, OBRA O SERVICIO

A continuación se relacionan los requerimientos técnicos de los bienes contemplados en el proceso:

CONDICIONES GENERALES DE LA ENTREGA DE LOS BIENES POR PARTE DEL PROVEEDOR:

1. Suministrar los elementos contratados con las más altas calidades, atendiendo las condiciones técnicas exigidas por el Municipio.
2. Reemplazar los insumos y elementos, que resulten defectuosos, dentro de las 24 horas siguientes a la verificación por parte del Supervisor.
3. Cumplir el cronograma de actividades propuesto por la Subsecretaría en cuanto a fechas, horario y lugar de entrega del servicio y/o los bienes requeridos.

10. ANÁLISIS DE RIESGOS

Los siguientes riesgos pueden ser mitigados, teniendo en cuenta la idoneidad y experiencia del

contratista que se pretende contratar, como por el control, vigilancia y seguimiento llevada a cabo por el Supervisor del contrato, tal como se señaló en los respectivos estudios previos.

Tabla 22, PROBABILIDAD DE RIESGO

CATEGORÍA	VALORACIÓN
Raro (puede ocurrir excepcionalmente)	1
Improbable (puede ocurrir ocasionalmente)	2
Posible (puede ocurrir en cualquier momento futuro)	3
Probable (probablemente va a ocurrir)	4
Casi cierto (ocurre en la mayoría de circunstancias)	5

Tabla 23, IMPACTO DE RIESGO

CALIFICACIÓN CUALITATIVA	Obstruye la ejecución del contrato de manera intrascendente	Dificulta la ejecución del contrato de manera baja. Aplicando medidas mínimas se puede lograr el objeto contractual	Afecta la ejecución del contrato sin alterar el beneficio para las partes	Obstruye la ejecución del contrato sustancialmente pero aun así permite la consecución del objeto contractual	Perturba la ejecución del contrato de manera grave imposibilitando la consecución del objeto contractual

CALIFICACIÓN MONETARIA	Los sobrecostos no representan más del uno por ciento (1%) del valor del contrato	Los sobrecostos no representan más del cinco por ciento (5%) del valor del contrato	Genera un impacto sobre el valor del contrato entre el cinco (5%) y el quince por ciento (15%)	Incrementa el valor del contrato entre el quince (15%) y el treinta por ciento (30%)	Impacto sobre el valor del contrato en más del treinta por ciento (30%)
CATEGORÍA	**Insignificante**	**Menor**	**Moderado**	**Mayor**	**Catastrófico**
VALORACIÓN	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

Tabla 24, VALORACIÓN

IMPACTO					
CALIFICACIÓN CUALITATIVA	Obstruye la ejecución del contrato de manera intrascendente	Dificulta la ejecución del contrato de manera baja. Aplicando medidas mínimas se puede lograr el objeto contractual	Afecta la ejecución del contrato sin alterar el beneficio para las partes	Obstruye la ejecución del contrato sustancialmente pero aun así permite la consecución del objeto contractual	Perturba la ejecución del contrato de manera grave imposibilitando la consecución del objeto contractual
CALIFICACIÓN MONETARIA	Los sobrecostos no representan más del uno por ciento (1%) del valor del	Los sobrecostos no representan más del cinco por ciento (5%) del valor del	Genera un impacto sobre el valor del contrato entre el cinco (5%) y el quince por ciento	Incrementa el valor del contrato entre el quince (15%) y el treinta por ciento	Impacto sobre el valor del contrato en más del treinta por ciento (30%)

			contrato	contrato	(15%)	(30%)	
CATEGORÍA		**VALORACIÓN**	**Insignificante**	**Menor**	**Moderado**	**Mayor**	**Catastrófico**
			1	2	3	4	5
PROBABILIDAD	Raro (puede ocurrir excepcionalmente)	1	2	3	4	5	6
	Improbable (puede ocurrir ocasionalmente)	2	3	4	5	6	7
	Posible (puede ocurrir en cualquier momento futuro)	3	4	5	6	7	8
	Probable (probablemente va a ocurrir)	4	5	6	7	8	9
	Casi cierto (ocurre en la mayoría de circunstancias)	5	6	7	8	9	10

Tabla 25, CATEGORÍA DEL RIESGO

VALORACIÓN DEL RIESGO	CATEGORÍA
8, 9 y 10	Riesgo Extremo
6 y 7	Riesgo Alto
5	Riesgo Medio
2, 3 y 4	Riesgo Bajo

La MATRIZ PARA EL ANÁLISIS DE RIESGOS PREVISIBLES se encuentra consignada en el ANEXO Matriz de Riesgo contrato de material POP 2024.

11. CONCLUSIONES

Para la contratación de servicios de diseño y reproducción de material impreso y otros elementos de apoyo según la necesidad expuesta, la administración municipal ha invertido la mayoría de los recursos en contratar mediante modalidades competitivas, registrando un aumento en los recursos invertidos para este tipo de contrataciones desde el 2017 hasta el 2023.

Existe una pluralidad de oferentes en el mercado para la adquisición de este tipo de servicios para complementar las actividades de cada una de las líneas de trabajo que desarrolla la Subsecretaría. Así mismo, el Distrito de Santiago de Cali es uno de los principales demandantes de este tipo de servicios.

Según el análisis de la demanda, la modalidad de contratación que más se ajusta al proceso que se pretende adelantar es la de Selección Abreviada de Menor Cuantía. De acuerdo con el análisis de los procesos de contratación identificados y la experiencia que tiene el Distrito de Cali para contratar este tipo de servicios, se evidencia que la modalidad de contratación antes mencionada es la más adecuada y eficaz para cumplir con el objeto contractual. Así mismo, de acuerdo a los preceptos legales establecidos en la Ley 80 de 1993, en la Ley 1150 de 2007, el Art. 94 de la Ley 1474 de 2011, Decreto 1082 de 2015 y demás normas vigentes concordantes, los criterios de selección son los que se establezcan en la INVITACIÓN PÚBLICA, donde el único factor de escogencia en la modalidad de Mínima Cuantía es EL MENOR PRECIO OFRECIDO.

Teniendo en cuenta el objeto del proceso y la matriz de riesgos realizada por la Entidad, se sugiere tener en cuenta las siguientes garantías:

Garantía	Porcentaje	Vigencia
Cumplimiento	El 10% del valor del contrato	Por el plazo de ejecución del contrato y seis (6) meses
Calidad y correcto funcionamiento de los bienes	El 10% del valor del contrato	Por el término de un año contado a partir del vencimiento del amparo de cumplimiento.
Calidad del servicio	El 10% del valor del contrato	Por el plazo de ejecución del contrato y seis (6) meses
Pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales	El 5% del valor del contrato	Por el plazo de ejecución del contrato y tres (3) años más

Teniendo en cuenta la modalidad de contratación y la manera en cómo se producen y adquieren los bienes y servicios se recomienda realizar pagos parciales de acuerdo a la cantidad y valor de los ítems entregados, posterior a la entrega de cada uno de los bienes solicitados y con la previa autorización y visto bueno del supervisor del contrato.

Se sugiere seleccionar los siguientes códigos para el presente proceso de contratación:

SEGMENTO	**FAMILIA**	**CLASE**	**PRODUCTOS**
82-Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y	8210-Publicidad	821015-Publicidad	

Bellas Artes		impresa	
73-Servicios de Producción Industrial y Manufactura	7315-Servicios de apoyo a la fabricación	731519-Servicios a la industria de impresión	
82-Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8212-Servicios de reproducción	821215-Impresión	
82-Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	8214-Diseño gráfico	821415-Servicios de diseño artístico	82141504-Servicios de diseño de gráficos o gráficas

De esta manera, se define el precio de referencia de cada uno de los bienes que se van a adquirir. El presupuesto oficial para el presente proceso de contratación será hasta la suma de Trescientos ochenta y nueve millones trescientos noventa y nueve mil ochocientos setenta y cinco PESOS MCTE ($ 389.399.875 incluido IVA, todos los impuestos, tributos, tasas y contribuciones nacionales, departamentales y municipales que se causen para la suscripción, legalización y demás costos directos e indirectos inherentes al proceso de contratación, recurso que se agotará a medida que se requieran los bienes estipulados anteriormente.

Para la evaluación de la oferta económica del presente proceso los proponentes NO podrán superar, para cada uno de los ítems, los PRECIO UNITARIO PROMEDIO DE REFERENCIA establecido en este capítulo del análisis del sector así como en el anexo denominado **"ESTIMACIÓN PRESUPUESTO OFICIAL"**. Así mismo, y en caso tal de lograr un ahorro dada la competencia vía precio de los posibles proponentes.

12. FIRMA RESPONSABLES

_____
JULIANA TORRES SÁNCHEZ
Rol financiero
Equipo Estructurador

Elaboró:
Revisó: Julián García

Anexos: ANEXO Matriz de Riesgo contrato de servicios de impresión 2024.

ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN (MIPG) ESTRUCTURACIÓN DEL ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.P001.F004 VERSIÓN 001

ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI

FORMATO MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN Y COBERTURA DE RIESGOS

Subsecretaría de Poblaciones y Etnias contratar el servicio de diseño e impresión de material POP "recursos gráficos, de publicidad o las exhibiciones utilizadas en el Punto de Venta para la promoción y difusión de una marca, categoría o producto" que respalde las actividades de la dependencia, conforme a las funciones establecidas en el Artículo 131 del Decreto Extraordinario Nº 411.0.20.0516 de 2016.

IDENTIFICACION Y CLASIFICACION					EVALUACION						TRATAMIENTO											
													Impacto después del tratamiento								Monitoreo y revisión	
1. Clase	2. Fuente	3. Etapa	4. Tipo	5. Descripción	6. Consecuencia de la ocurrencia del evento	7. Probabilidad		8. Impacto		9. Valoración	10. Categoría	11. ¿A quién se le asigna?	12. Tratamiento / Control a ser implementado	13. Probabilidad		14. Impacto		15. Valoración	16. Categoría	17. ¿Afecta la ejecución del contrato?	18. Responsable implementar el tratamiento	19. Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	20. Fecha estimada en que se completa el tratamiento	21. ¿Cómo se realiza el monitoreo?	22. Periodicidad
GENERAL	INTERNO	TODAS LAS ETAPAS	REGULATORIOS	Incumplimiento en la publicación de documentos precontractuales, contractuales y postcontractuales, realizandolos de manera extemporanea	Hallazgos de los órganos de control, por omisión, por parte del servidor público / contratista que tenga a su cargo dicha actividad	Posible	3	INSIGNIFICANTE	1	4	Riesgo Bajo	Entidad	Publicar dentro de los plazos estipulados en la ley.	Raro	1	INSIGNIFICANTE	1	2	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Desde la publicación de proceso en la plataforma SECOP	Hasta el tercer día hábil de la publicación de cada documento que compone dicho proceso según su fecha.	Grupo de contratación deberá revisar que los documentos del proceso sean	Permanente
GENERAL	INTERNO	PLANEACIÓN	OPERACIONALES	Que se describa de manera inadecuada la necesidad que se pretende satisfacer. Que los requisitos habilitantes queden mal establecidos.	Que se seleccione un contratista que no esté en capacidad de cumplir con el objeto del contrato.	Raro	1	MENOR	2	3	Riesgo Bajo	Entidad	Realizar la correspondiente evaluación de proponentes con otras entidades	Raro	1	INSIGNIFICANTE	1	2	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Desde la planeación del proceso	Hasta el cierre de la evaluación de proponentes	Grupo de contratación deberá estar al tanto de la evaluación y las posibles observaciones	Permanente
ESPECÍFICO	EXTERNO	SELECCIÓN	OPERACIONALES	Estimación inadecuada de los costos por parte del oferente.	Mayores costos a cargo de la entidad.	Raro	1	CATASTRÓFICO	5	6	Riesgo Alto	Contratista	Hacer efectiva la póliza de cumplimiento.	Posible	3	MODERADO	3	6	Riesgo Alto	SI	Entidad / Contratista	Desde la firma del acta de inicio para la ejecución del contrato	Hasta la entrega y recibo a satisfacción del objeto contratado.	Seguimiento de supervisor en la ejecución del contrato	Permanentemente
GENERAL	EXTERNO	SELECCIÓN	OPERACIONALES	Riesgo de colusión, en el cual dos o más oferentes	Rechazo de los oferentes.	Posible	3	MODERADO	3	6	Riesgo	Entidad	Dejar trazabalidad en la plataforma sobre toda observación,	Raro	1	MENOR	2	3	Riesgo	SI	Entidad	Desde la	Hasta el cierre	Grupo de contratación deberá	Permanente

				realizan acuerdos de manera fraudulenta con el fin de lograr que el proceso se adjudique a un proponente en particular.	Investigaciones disciplinarias y fiscales.			O			Alto		acto administrativo y evaluación que no se materializo el riesgo. genera ndo transparencia						Bajo			planeación del proceso	de la evaluación de proponentes	estar al tanto de la evaluación y las posibles observaciones	e
GENERAL	INTERNO	SELECCIÓN	OPERACIONALES	Que ninguno de los proponentes cumplan los requisitos habilitantes establecidos en el pliego de condiciones..	Proceso declarado desierto al momento de realizar la evaluación	Posible	3	MODERADO	3	6	Riesgo Alto	Entidad	Verificar que los requisitos y precio son los más idóneos. Eliminar cualquier posible requisito restrictivo, que se halla evidenciado en el periodo de observaciones	Raro	1	MENOR	2	3	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Desde la planeación del proceso	Hasta el cierre de la evaluación de proponentes	Grupo de contratación deberá estar al tanto de la evaluación y las posibles observaciones	Permanente
GENERAL	EXTERNO	SELECCIÓN	ECONÓMICOS	Errores en la proyección de la propuesta económica por parte del proponente que conlleven a pérdidas o baja utilidad en la ejecución del contrato.	Pérdidas económicas para el contratista.	Probable	4	MAYOR	4	8	Riesgo Extremo	Contratista	Solicitar aclaración sobre el valor ofertado en cada uno de los items propuestos en el anexo económico	Posible	3	MENOR	2	5	Riesgo Medio	SI	Entidad	Desde la apertura de las ofertas del proceso	Hasta el cierre de la evaluación de proponentes	Equipo asesor evaluador del proceso deberá evaluar si los precios son los	Permanente
GENERAL	INTERNO	SELECCIÓN	OPERACIONALES	Adjudicar una propuesta artificialmente baja / Que el valor del contrato no corresponda a los precios del mercado.	Reclamaciones de l contratista por desequilibrio económico, con el propósito de evitar pérdidas.	Posible	3	CATASTRÓFICO	5	8	Riesgo Extremo	Entidad	Solicitar la subsanación al contratista de su oferta y validarla con el equipo estrucrador, determinando s es viable o no viable.	Improbable	2	MENOR	2	4	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Desde el inicio de la evaluación del proceso	Hasta la publicación del acto de adjudicación	Solicitar la subsanación de conformidad con lo descrito en la guía G-MAB	Permanente
ESPECÍFICO	EXTERNO	EJECUCIÓN	REGULATORIOS	El contratista tiene problemas con la justicia, lavado de acrtivos o terrorismo	Se declara inhábil	Posible	3	MODERADO	3	6	Riesgo Alto	Contratista	Revisar en todas las listas disponibles lo s antecedentes de l contratista garantizando as la idoneidad de mismo	Raro	1	MENOR	2	3	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Antes de la adjudicación	Hasta la terminación y recibo de satisfaccion de contrato	El supervisor del contrato verifique que la revisión de los antecedentes se haya realizado	Permanente
GENERAL	EXTERNO	EJECUCIÓN	SOCIALES O POLÍTICOS	El Contratista no satisface las necesidades estipuladas en el contrato, asi como de la deficiente calidad de lo mismo	Incumplimiento del objeto contractual y obligaciones estipuladas en el contrato.	Posible	1	MAYOR	2	3	Riesgo Bajo	Contratista	Hacer efectiva la póliza de cumplimiento y/o calidad y correcto funcionamiento de los bienes	Posible	3	MAYOR	4	7	Riesgo Alto	SI	Contratista	Desde la firma del acta de inicio	Hasta la terminación y recibo de satisfaccion de contrato	Seguimiento del supervisor en la ejecución del contrato	Permanentemente
ESPECÍFICO	EXTERNO	EJECUCIÓN	OPERACIONALES																					El supervisor del	

ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN (MIPG) ESTRUCTURACIÓN DEL ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.P001.F004 VERSIÓN 001

				Desabastecimiento en el mercado de los insumos requeridos para el cumplimiento del contrato	Retrasos en el mantenimiento del parque automotor de la administración municipal	Raro	1	MAYOR	4	5	Riesgo Medio	Contratista	Hacer efectiva la póliza de cumplimiento del contrato.	Raro	1	MODERADO	3	4	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Desde la firma del acta de inicio para la ejecución de contrato	Hasta la entrega y recibo a satisfacción de objeto contratado.	contratista hace un seguimiento continuo a la ejecución del mismo.	Permanente
GENERAL	EXTERNO	EJECUCIÓN	REGULATORIOS	Cambios en las normas, disposiciones o directrices de la Administración municipal durante la ejecución del contrato que sean aplicables al mismo.	Desequilibrio económico del contrato	Raro	1	MAYOR	4	5	Riesgo Medio	Contratante	El contratista deberá evidenciar los cambios normativos que efectivamente desequilibren económicamente el contrato.	Raro	1	MENOR	2	3	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Desde la firma del acta de inicio para la ejecución de contrato	Hasta la terminación y recibo de satisfaccion de contrato	Seguimiento del supervisor en la ejecución del contrato.	Permanentemente
ESPECÍFICO	EXTERNO	EJECUCIÓN	OPERACIONALES	Aumento del tiempo de entrega de productos importados, retrasando la prestación del servicio	Imposibilidad de realizar plenamente la ejecución del contrato	Probable	4	MAYOR	4	8	Riesgo Extremo	Contratista	Hacer efectiva la poliza de cumplimiento	Improbable	2	MENOR	2	4	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Desde el inicio de liquidación del contrato	Hasta la liquidación del contrato	Seguimiento del supervisor en la ejecución del contrato. Seguimiento	Permanente
GENERAL	EXTERNO	EJECUCIÓN	OPERACIONALES	Demora en la radicación oportuna por parte del CONTRATISTA de las facturas (correctamente diligenciadas y firmadas) y/o cuentas de los gastos reembolsables.	Imposibilidad de generar pagos. Incumplimiento de las obligaciones contractuales por parte del contratista. Inconvenientes presupuestales.	Probable	4	MODERADO	3	7	Riesgo Alto	Contratista	Mantener constante comunicación con la empresa por parte del supervisor para entrega de facturas.	Improbable	2	MENOR	2	4	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Desde el inicio del contrato	Hasta la liquidación del contrato	Seguimiento de supervisor en la ejecución del contrato.	Permanente
GENERAL	INTERNO	EJECUCIÓN	OPERACIONALES	No iniciar los procesos administrativos de imposición de multas, sanciones o incumplimientos de manera oportuna.	Detrimento patrimonial. Investigaciones disciplinarias, fiscales y penales. Retraso en la ejecución contractual.	Posible	3	MENOR	2	5	Riesgo Medio	Entidad	Realizar lo pertinente para estos casos, como las citaciones y reuniones, en caso de incumplimiento	Raro	1	MENOR	2	3	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Desde el inicio del contrato	Hasta la liquidación del contrato	Seguimiento de supervisor en la ejecución del contrato.	Permanente
GENERAL	INTERNO	EJECUCIÓN	OPERACIONALES	No liquidar los contratos en los plazos acordados en el contrato o los establecidos por la Ley.	Detrimento patrimonial. Pérdida de competencia para liquidar en sede administrativa. Incertidumbre del estado del contrato. Falta de paz y salvo por las partes.	Improbable	2	MENOR	2	4	Riesgo Bajo	Entidad	Estar al tanto de que los contratos sean liquidados en el tiempo establecido	Raro	1	MENOR	2	3	Riesgo Bajo	SI	Entidad	Desde el inicio de liquidación del contrato	Hasta la liquidación del contrato	Seguimiento de supervisor en la ejecución del contrato. Seguimiento de equipo de contratación	Permanente

ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN (MIPG) ESTRUCTURACIÓN DEL ANÁLISIS DEL SECTOR	MAJA01.04.01.P001.F004	
		VERSIÓN	001