ESTUDIO DEL SECTOR DEL PROCESO DE SELECCIÓN POR SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA ARTÍCULO 2.2.1.1.1.6.1 DEL DECRETO 1082 DEL 2015

AREA:	SECRETARIA DE SALUD DEPARTAMENTAL
JEFE DIRECTO DEL AREA:	YILKA SHALIMAR DÍAZ PALACIO
MODALIDAD DE CONTRATACIÓN:	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA
TIPO DE CONTRATO:	PRESTACION DE SERVICIOS.
OBJETO	**PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES, PUBLICIDAD Y MANEJO DE PLAN DE MEDIOS PARA LAS ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS DE LOS LINEAMIENTOS DEL PROGRAMA AMPLIADO DE INMUNIZACIONES (PAI), LA PROMOCIÓN DE LA TENENCIA ADECUADA DE MASCOTAS Y LA VACUNACIÓN ANTIRRABICA CANINA Y FELINA, DE ACUERDO CON EL PLAN TERRITORIAL DE SALUD DEPARTAMENTAL DE LA GUAJIRA.**
PRESUPUESTO OFICIAL:	**QUINIENTOS TREINTA MILLONES DE PESOS ($530.000.00) MCTE**
FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE LE SOPORTAN:	Artículo 15 del decreto 1510 del 2015, compilado por el Decreto 1082 del 2015, en su Artículo 2.2.1.1.1.6.1. *Deber de análisis de las Entidades Estatales. La Entidad Estatal debe hacer durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de Análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso.*
OBJETIVO	Adelantar acciones previas al proceso de invitación a presentar ofertas, que permitan conocer y analizar las condiciones, características y tendencias del mercado actual.
APLICACIÓN	Todos los contratos con oferentes nacionales o extranjeros.
ALCANCE	Incluye análisis del sector (aspectos generales, análisis de la demanda y análisis de la oferta) Aplica para las áreas que requieran la adquisición de un bien o servicio mediante contrato de una modalidad de selección descrita en la legislación
RESULTADOS ESPERADOS CON EL PRESENTE ESTUDIO	Con la realización de un adecuado y riguroso análisis y/o estudio del sector se espera: • Considerar la viabilidad de la contratación, de acuerdo con una caracterización y definición de las necesidades reales del proyecto, tanto económicas, como técnicas, a fin de cumplir con los objetivos formulados. • Identificar los riesgos previsibles que puedan afectar la contratación desde el punto de vista económico, técnico y/o jurídico. • Identificar alternativas para satisfacer la necesidad, diferentes a las utilizadas de manera común, así como la

	posibilidad de encontrar valores agregados en la adquisición del bien y/o servicio. • Permitir la actualización técnica de las características del objeto a contratar, garantizando que el municipio adquiera obras, bienes y/o servicios con tecnología acorde con el ritmo del mercado y las necesidades percibidas, generando mayor competitividad y optimización en el uso de los recursos. • Determinar las diferentes condiciones y/o limitaciones relacionadas con la provisión de dichos bienes y/o servicios.

El Departamento de La Guajira, en cumplimiento de lo establecido en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2.015, en donde se señala el deber de análisis de la entidad estatal. La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo.

La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso, por lo que se permite realizar el estudio del sector para la selección de contratista y la suscripción del contrato, de acuerdo a la Guía para la Elaboración de Estudio de Sector publicada acorde a las recomendaciones y lineamientos de Colombia Compra Eficiente.

- Aspectos Generales
- Estudio de la Demanda
- Estudio de la Oferta

Por lo que se presenta continuación un análisis del sector y de los posibles oferentes para el desarrollo del objeto contractual de la referencia, con el fin de asignar de manera eficiente los recursos establecidos para este proceso y de verificar el sector comercial que ofrece esta clase de servicios.

1. ASPECTOS GENERALES.

1.1 ANÁLISIS SOCIAL.

El análisis social permite identificar la necesidad, es decir, la problemática a satisfacer por parte de la entidad como respuesta a las demandas sociales de la comunidad. Así mismo, se sustenta en indicadores relacionados a la problemática y el compromiso mediante el planteamiento de alternativa de solución por parte de la entidad.

1.1.1 Contexto social.

El artículo 2° de la Constitución Política establece los fines esenciales del Estado entre los cuales fija, "Servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo".

Del mismo modo, el artículo 209 de la Carta Política, determina que la función administrativa está al servicio de los intereses generales, y la misma se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y

desconcentración de funciones.

EL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA, es una persona jurídica de derecho público, con autonomía para la administración de los asuntos seccionales y la planificación y promoción del desarrollo económico y social dentro de su territorio, acorde con lo establecido en el artículo 298 de la Constitución Nacional, a lo que se suma que cuenta con la experiencia previa en convenios de esta naturaleza.

El Programa Ampliado de Inmunizaciones (PAI) es una acción conjunta de las naciones del mundo y de organismos internacionales interesados en apoyar acciones tendientes a lograr coberturas universales de vacunación, con el fin de disminuir las tasas de mortalidad y morbilidad causadas por las enfermedades inmunoprevenibles y con un fuerte compromiso de erradicar, eliminar y controlar las mismas.

En Colombia se han impulsado una serie de Estrategias para lograr Coberturas de Vacunación iguales o mayores al 95%. Indiscutiblemente, unas han demostrado ser más efectivas que otras y la aplicación de cada una de ellas están ligadas a un momento histórico o circunstancias locales.

Con el objeto de facilitar y unificar la gestión del PAI, el Ministerio Social y de Protección Social emite lineamientos nacionales de manera anual para su cumplimiento por parte de las entidades territoriales del orden departamental, distrital, municipal, de las Empresas Administradoras de Planes de Beneficios – EAPB, las Instituciones Prestadoras de servicios de Salud-IPS, los profesionales de la salud que ofrecen el servicio de vacunación y demás actores y sectores, relacionados con el control de las enfermedades Inmunoprevenibles; esperando de esta forma, disminuir el riesgo de enfermar y morir por enfermedades inmunoprevenibles, teniendo en cuenta la diversidad étnica, cultural y geográfica del Departamento.

El PAI contempla dentro de sus Lineamientos componentes fundamentales las acciones de estricto cumplimiento por parte de los actores; específicamente en su componente 11.9 – Participación Social, Educación y Comunicación para la Salud e Información en Salud:

" (…)

1.Diseñar, implementar y evaluar estrategias de educación y comunicación para la salud desde un enfoque intercultural y étnico, que permita a los diferentes grupos conocer las ventajas de la vacunación, aclarar mitos, falsas creencias y conocimiento de cuidados adecuados pos-vacunación, entre otros. De acuerdo con la dinámica territorial, es importante que estas estrategias se construyan de forma concertada con los líderes indígenas o sabedores ancestrales, autoridades y comunidades indígenas.

2. Establecer estrategias de información en salud relacionada con la canalización y demanda inducida para la adherencia al programa, dirigido a padres, madres, cuidadores y comunidad en general e intensificar estas estrategias durante los meses de las jornadas nacionales de vacunación y las demás que el MSPS programe.

6. Contar con un plan de medios permanente, acorde a las características del territorio, articulado a todos los temas de salud pública para generar mecanismos de información en salud con mensajes claves relacionados con:

- *Uso apropiado del carné de vacunación.*
- *Beneficios de la vacunación.*
- *Aclarar mitos, falsas creencias frente a la vacunación y conocimiento de cuidados adecuados pos-vacunación, entre otros.*
- *Hacer parte y partícipe a la comunidad en las estrategias y tácticas del PAI.*
- *Sensibilizar sobre la importancia de las vacunas.*
- *Mejorar la demanda inducida al programa de vacunación para lograr la meta esperada.*
- *Fortalecer la detección y notificación de posibles casos de EAPV.*

- *Disponer de material informativo a nivel territorial en sitios conocidos por la comunidad y de gran afluencia de las personas.*
- *En territorios con población indígena se debe disponer de material en lenguas maternas.*

El cual debe proporcionar información precisa sobre el acceso a los servicios de vacunación, abordar las preocupaciones de la comunidad, mejorar los vínculos comunitarios y alentar el uso continuo de los servicios de vacunación.

Se debe realizar seguimiento y cumplimiento al plan de medios y las respectivas acciones de mejora.

7. Elaborar y difundir estrategias informativas y comunicativas, con mensajes que generen confianza en la familia, comunidad y personal de salud, frente a la seguridad de la vacuna contra el VPH fomentando la vacunación del grupo objetivo para disminuir la morbi-mortalidad por cáncer de cuello uterino.

8. Establecer plan de perifoneo local para promoción y movilización social durante las jornadas. (…)"

Siendo esta la razón, que el Gobierno Departamental decide realizar acciones de información en salud para difundir mensajes que promuevan la vacunación, los cuales se relacionan de forma directa con las Metas de producto contenidas en el Plan de Acción Transitorio de la vigencia 2024.

Así mismo, dentro de las responsabilidades de los Departamentos se encuentra dar cumplimiento al Lineamiento para el Manejo de Biológico Antirrábico de Perros y Gatos, para la correcta gestión del biológico y promover su uso seguro, previniendo y minimizando los errores en el manejo de las vacunas que puedan afectar su efectividad.

La vacunación antirrábica en perros y gatos en el marco del PIC, de la Resolución 3280 de 2018, corresponde al proceso de administración de un inmunobiológico a perros y gatos con el fin de generar protección contra la rabia, siendo una estrategia política, técnica y administrativa del sector salud que comprende la gestión, la convocatoria, la asignación de recursos sectoriales y de otros actores, e incluye la participación social en los entornos hogar y comunitario, que está en armonía con los planteamientos direccionados por la Organización Panamericana de la Salud que desde 1983 tiene establecida como meta la "*Eliminación de la Rabia Humana transmitida por perro*"; responde a una estrategia política, técnica y administrativa del sector salud que comprende la gestión, la convocatoria, la asignación de recursos sectoriales y de otros actores, e incluye la participación social en los entornos hogar y comunitario.

La vacunación antirrábica se realiza de manera gratuita y está orientada exclusivamente a perros y gatos. Se debe disponer de los insumos básicos para su ejecución; y de los procesos para el recibo, almacenamiento, conservación, transporte, distribución y aplicación del biológico antirrábico; así como el manejo de los residuos resultantes de la actividad. La vacunación antirrábica de perros y gatos es una de las intervenciones colectivas contempladas en el Plan de Intervenciones Colectivas PIC, según lo dispuesto en el lineamiento técnico y operativo de la Ruta Integral de Atención para la Promoción y Mantenimiento de la Salud RPMS anexo técnico de la Resolución 3280 de 2018.

La vacunación antirrábica es una actividad integral de salud pública, que implica de una parte la acción del PIC que consiste en la administración del inmunobiológico a perros y gatos, para lo cual se deberá garantizar lo necesario para llevarla a cabo, por ejemplo: talento humano (vacunadores, médicos veterinarios, anotadores, conductores), el transporte, los insumos requeridos para adelantar la actividad (jeringas, agujas, guardianes, bolsas rojas, certificados, planillas, esferos), las acciones de información en salud y educación para la salud que promuevan la tenencia responsable de mascotas, así como el seguimiento y evaluación de la actividad según lineamientos y guías nacionales.

A continuación, se presenta una visión de la situación epidemiológica a semana 33 de acuerdo a población y áreas comprometidas con base a los análisis y reporte de casos realizado por la Dirección Territorial de Salud de La Guajira al Sistema Nacional de Vigilancia en Salud Pública – SIVIGILA y otras entidades.

Hasta la semana epidemiológica 33 de 2024, se han notificado al portal Sivigila 4.0 un total de 1588 casos de agresiones por animales potencialmente trasmisores de rabia presentados los siguientes datos: 6 registros de otros Departamentos de procedencia; 1582 registros como Departamento de procedencia La Guajira de esto; se evidenciaron: 26 duplicidades y 8 ajuste D, para un total de 1548 casos para analizar como Departamento de procedencia y 1539 como Departamento de Notificador.

La incidencia departamental es de 146 agresiones por cada 100000 habitantes, diez entidades territoriales presentaron un valor mayor al departamental siendo el municipio con mayor incidencia el municipio de el Molino con 477 casos por cada 100.000 habitantes, seguida por el municipio de Fonseca con 352 casos por cada 100.000 habitante, y como tercer lugar el municipios de Distracción con 319 agresiones por cada 100.000 habitantes; cinco entidades territoriales registran valores por debajo de las obtenidas por el Departamento entre las cuales se encuentran: Dibulla, Uribía, Albania, San Juan del cesar y Manaure.

Como agente agresor tenemos que el animal involucrado con el mayor número de los casos se encuentra el perro con el 92% (1434 casos), seguidos por gatos con 91 agresiones, pero de gran interés con 22 casos otras especies en las que cabe resaltar: bovinos, micos, équidos porcinos.

Del total de los casos clasificados como no exposición el 90% recibieron el tratamiento adeudado de lavado de la herida con agua y jabón de acuerdo a lineamientos establecidos en la guía de atención médica.

El 87% clasificados como agresiones leves recibieron tratamiento de acuerdo a la guía médica que hace referencia a la aplicación de las vacunas. El 85% de los casos clasificados como agresiones graves recibieron tratamiento acuerdo a la guía médica que hace referencia a la aplicación de las vacunas y suero.

En consecuencia, La Secretaría Departamental de Salud se le hace necesario contratar el servicio de publicidad para diseñar y ejecutar estrategias de comunicación y un plan de medios, con el fin de promover los lineamientos del Programa Ampliado de Inmunizaciones (PAI), el Lineamiento para el Manejo de Biológico Antirrábico de Perros y Gatos y el Plan de Acción 2024 del Departamento. El enfoque debe incluir estrategias de comunicación intercultural y étnica, educación para la salud, difusión de información para desmitificar creencias falsas sobre la vacunación, y coordinación con actores territoriales para maximizar el impacto en la población y cumplir con las metas de cobertura.

En virtud de lo anterior, El Departamento de La Guajira ha decidido iniciar un proceso de contratación con el objetivo de seleccionar personas jurídicas y/o naturales que cuenten con la experiencia, capacidad e idoneidad necesarias para llevar a cabo las estrategias de comunicación y sensibilización relacionadas con la vacunación.

1.2 ANÁLISIS ECONÓMICO.

Mediante el análisis económico se pretende contextualizar desde lo general a lo particular de la economía con el objeto del presente proceso, es así, como se identifica el o los sectores con relación directa al objeto contractual, se señala el producto de la actividad económica y el contexto en materia de indicadores económico y la participación del sector relacionado en la economía nacional.

1.2.1 Sector De La Economía Donde Se Enmarca El Proceso Contractual

Según el Banco de la República La actividad económica del país se divide por sectores económicos. Cada uno de ellos hace parte de una actividad económica cuyos elementos o productos tienen características en común y se

diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción, es decir de acuerdo al servicio que realicen o al producto que comercialicen.

La división economía clásica se estructura así:

-Sector primario.
-Sector secundario.
-Sector terciario.

De esta forma se determinan los siguientes sectores:

Sector primario o agropecuario. Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.

Sector secundario o industrial. Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos. Se divide en dos sub-sectores industrial extractivo e industrial de transformación:

- Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.
- Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

Sector terciario o de servicios. Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.

Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

Aunque los sectores anteriormente indicados son aquellos que la teoría económica menciona como sectores de la economía, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización. Lo anterior da origen a los siguientes sectores económicos, los cuales son:

1. Sector agropecuario: Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.
2. Sector de servicios: Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.
3. Sector industrial: Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.
4. Sector de transporte: Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.
5. Sector de comercio: Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresitos, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.
6. *Sector financiero: En este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.*
7. *Sector de la construcción: En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción, etc.*

8. *Sector minero y energético: Se incluyen en él todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; etc.).*
9. *Sector solidario: En este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.*
10. *Sector de comunicaciones: En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.).*



1.2.2 *Productos Incluidos Dentro del Sector.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 donde se establece el deber de las Entidad Estatales, que durante la etapa de planeación se analice el sector económico relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de riesgo, se deja constancia del análisis realizado por la entidad.

Este proceso contractual, hace parte del sector terciario de la economía.

SECTORES ECONÓMICOS	DEFINICIÓN	ACTIVIDADES
Sector terciario	. Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía	Educación, comercio al por mayor, banca, finanzas, turismo, transporte, etc.

Clasificación actividad económica – CIIU

Dado el objeto del contrato, las condiciones de este y las opciones que ofrece el sector económico para satisfacer la necesidad de contratación se ha determinado que el sector según la "Clasificación industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas" al cual hace referencia el presente estudio son **LA**

SECCIÓN J: INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES, donde se encuentra relacionada la clase **7310 del CIIU PUBLICIDAD**

Esta división incluye actividades

• El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.

• La creación y la realización de campañas de publicidad que incluyen: - Creación y colocación de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio, televisión, Internet y otros medios de difusión. - Creación y colocación de anuncios de publicidad exterior; por ejemplo, mediante carteles, carteleras, tableros, boletines, decoración de vitrinas, diseño de salas de exhibición con fines publicitarios, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros. - Representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios. - Publicidad aérea. - Distribución y entrega de material publicitario o muestras. - Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias, etcétera. - Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición con fines publicitarios.

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

1.2.3 *Importancia del Sector

La publicidad tiene un papel fundamental en la sociedad de consumo, no sólo por su poder de persuasión a la compra, también porque contribuye a transmitir valores que sustentan el consumismo, como el individualismo o el materialismo. Por ello, dentro del cuestionamiento de este modelo, es importante la crítica al papel de la publicidad y sus estrategias

a publicidad tiene por objeto captar la atención de los consumidores y orientarla hacia los productos o servicios de la compañía en cuestión. Constituye, asimismo, una de las estrategias de la mercadotecnia, que, de una forma más amplia, busca crear una imagen de empresa y extender el mercado y sus potenciales clientes.

La mercadotecnia, y dentro de ésta la publicidad, tienen un papel fundamental incentivando el consumo. De hecho, dice Serge Latouche, uno de los ideólogos del Decrecimiento, que los principales fundamentos de la sociedad consumista son la publicidad, la obsolescencia de los productos y el crédito fácil.

Y es que la mercadotecnia, en muchos casos, trata de alejar los mecanismos de compra de un proceso lógico y racional. Para ello, entre otras cosas, se apoya en la llamada «economía conductual», cuya teoría le valió el Premio Nobel de Economía al psicólogo Daniel Kahneman. Ésta trata de comprender cómo es la toma de decisiones del ser humano, partiendo de la base de que éstas no siempre se toman de una manera óptima o racional, actuando a menudo de forma rápida e instintiva mediante atajos mentales que nos ahorran esfuerzo. Según Kahneman, esta es la parte de nuestro Sistema 1, que ha evolucionado para ser ultrarrápido y es el sistema al que apela a menudo la publicidad para incentivar el consumo. El Sistema 2, por el contrario, es nuestro «yo» racional, que está en lucha con el Sistema 1, aunque para ello requiere energía y fuerza de voluntad. A este campo del conocimiento también ha contribuido el Nobel Richard Thaler, colaborador de Kahneman, reconocido por sus investigaciones sobre cómo los aspectos emocionales y no racionales influyen en la toma de decisiones económicas, como las decisiones de compra, y financieras.

En todo caso, la mercadotecnia y la publicidad no sólo te piden que compres un producto u otro, también contribuyen a que interioricemos conductas y valores que sustentan la sociedad de consumo, como el materialismo, la homogeneización o el individualismo. Por todo ello resulta importante mirar hacia ellas de una forma crítica. Lo hacemos exponiendo algunas claves sobre su funcionamiento que sirven para entender un poco más la sociedad de consumo.

ESPECIFICACIONES DE CALIDAD DEL PRODUCTO. Todos los materiales y suministros deben ser de alta calidad, libres de defectos e imperfecciones.

ANÁLISIS ECONÓMICO

- **Encuesta Mensual de Servicios (EMS)**

En lo corrido de 2024, catorce de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos, cinco registraron incremento en el personal ocupado total y todos los subsectores presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con el mismo periodo de 2023.

Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios Total nacional Agosto 2024p / agosto 2023

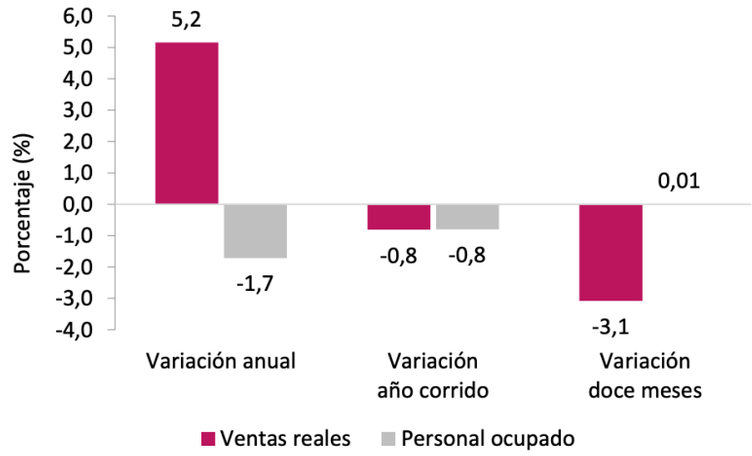
Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros Ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	18,6	18,5	0,1	0,0
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	14,9	15,0	0,0	-0,1
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	9,3	9,0	0,0	0,3
J	Divsión 58	Actividades de edición	-2,3	-1,6	0,9	-1,7
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	32,0	26,1	4,4	1,4
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-1,3	-2,4	0,0	1,1
J	División 61	Telecomunicaciones	3,1	3,9	-1,1	0,3
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	4,2	3,5	0,6	0,0
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	7,6	6,1	1,6	-0,2
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-1,7	-1,4	-0,1	-0,2
M	Clase 7310	Publicidad	14,8	14,9	0,0	0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	6,2	6,2	0,0	0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-0,1	-0,1	0,0	0,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	2,0	0,7	0,0	1,3
P	Grupo 854	Educación superior privada	5,1	5,5	0,0	-0,3
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	5,5	5,1	0,3	0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	5,4	4,7	0,6	0,0
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	9,5	6,5	0,7	2,4

Fuente: DANE, EMS

- **Encuesta Mensual de Comercio (EMC)**

En agosto de 2024, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 5,2% y el personal ocupado decreció 1,7% en relación con el mismo mes de 2023. Excluyendo el comercio de combustibles, la variación de las ventas reales del sector fue de 6,0%.

Variación anual, año corrido y doce meses de las ventas reales y el personal ocupado* Total nacional Agosto 2024 Pr



Fuente: DANE, EMC.

Variación porcentual y contribución de las ventas reales del comercio minorista según grupos de mercancías. Total nacional Agosto 2024/ agosto 2023

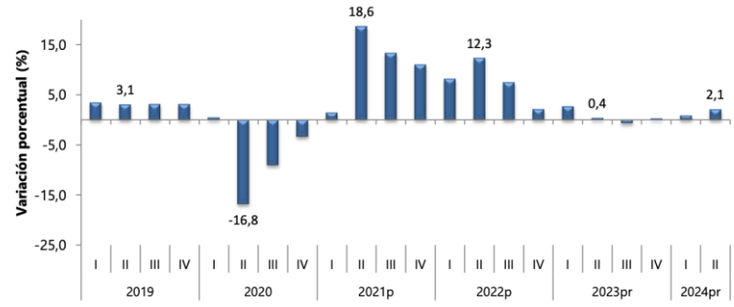
Líneas de mercancías	Agosto de 2024/ agosto de 2023 Variación %	Contribución PP
Total comercio minorista	**5,2**	**5,2**
Equipo de informática y telecomunicaciones para uso personal o doméstico	35,6	1,6
Vehículos automotores y motocicletas principalmente de uso de los hogares**	10,2	0,8
Otros vehículos automotores y motocicletas***	8,8	0,6
Electrodomésticos, muebles para el hogar	14,6	0,5
Equipos y aparatos de sonido y video	23,6	0,4
Combustibles para vehículos automotores	2,0	0,4
Alimentos (víveres en general)	2,2	0,4
Otras mercancías para uso personal o doméstico, no especificadas anteriormente*	10,2	0,3
Productos de aseo personal, cosméticos y perfumería	6,7	0,3
Productos para el aseo del hogar	5,9	0,2
Artículos y utensilios de uso doméstico	8,2	0,1
Bebidas alcohólicas, cigarros, cigarrillos y productos del tabaco	1,7	0,0
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	1,5	0,0
Libros, papelería, periódicos, revistas y útiles escolares	4,1	0,0
Productos farmacéuticos y medicinales	-0,5	0,0
Bebidas no alcohólicas	-1,3	0,0
Artículos de ferretería, vidrios y pinturas	-2,6	-0,1
Repuestos, partes, accesorios y lubricantes para vehículos	-1,6	-0,1
Prendas de vestir y textiles	-7,8	-0,4

Fuente: DANE - EMC.

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

En el segundo trimestre de 2024pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,1% respecto al mismo periodo de 2023pr

(PIB) Producto Interno Bruto Tasa de crecimiento en volumen1 2019-I / 2024pr – I



Fuente: DANE, PIB_T
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
[pr]preliminar
[p]provisional

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 10,2% (contribuye 1,0 puntos porcentuales a la variación anual).

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,8% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 11,1% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Durante el primer semestre de 2024pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 1,5%. 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 5,1% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 8,0% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 9,5% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Valor agregado por actividad económica. Tasas de crecimiento en volumen[1]. Primer trimestre 2024pr

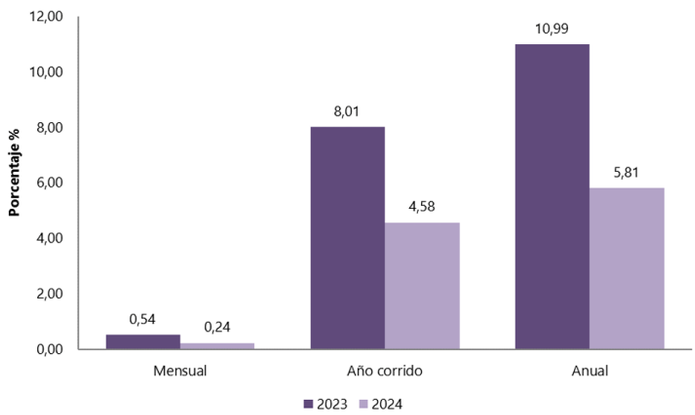
Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2024pr-II / 2023pr-II	2024pr / 2023pr	2024pr-II / 2024pr-I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	10,2	8,0	1,5
Explotación de minas y canteras	-3,3	-2,5	-0,9
Industrias manufactureras	-1,6	-3,6	-0,9
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	2,6	3,7	-0,9
Construcción	2,4	1,5	0,9
Comercio al por mayor y al por menor[3]	0,2	-0,3	-0,05
Información y comunicaciones	-1,9	-1,9	0,3
Actividades financieras y de seguros	1,4	-0,8	1,2
Actividades inmobiliarias	1,9	1,9	0,4
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	0,2	0,2	0,4
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	4,8	5,1	1,7
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	11,1	9,5	3,5
Valor agregado bruto	**2,3**	**1,6**	**0,1**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	0,3	0,4	-0,2
Producto Interno Bruto	**2,1**	**1,5**	**0,1**

Fuente: DANE, PIB_T

- **Índice de Precios al Consumidor (IPC)**

En septiembre de 2024 la variación mensual del IPC fue 0,24%, la variación año corrido fue 4,58% y la anual 5,81%.

IPC Variaciones Total Nacional. Septiembre 2023 – 2024



Fuente: DANE, IPC.

En el mes de septiembre de 2024, el IPC registró una variación de 0,24% en comparación con agosto de 2024, cuatro divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,24%): Educación (1,93%), Restaurantes y hoteles (0,49%), Salud (0,29%) y por último, Transporte (0,24%). Por debajo se ubicaron: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,18%), Prendas de vestir y calzado (0,11%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,11%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,07%), Bienes y servicios diversos (0,03%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,02%), Información y comunicación (0,02%) y por último, Recreación y cultura (-0,26%).

IPC Variación y contribución anual según divisiones de gasto Septiembre 2023 - 2024

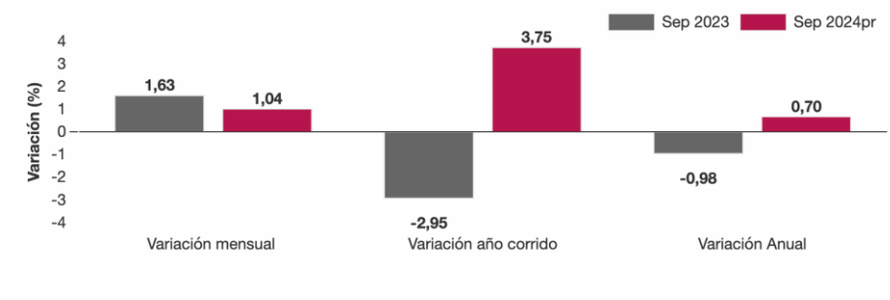
		2023		2024	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Educación	4,41	1,79	0,07	1,93	0,08
Restaurantes y hoteles	9,43	0,28	0,03	0,49	0,05
Salud	1,71	0,46	0,01	0,29	0,00
Transporte	12,93	0,67	0,09	0,24	0,03
TOTAL	100,00	0,54	0,54	0,24	0,24
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,40	0,12	0,18	0,05
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,20	0,01	0,11	0,00
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,74	0,14	0,11	0,02
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,82	0,01	0,07	0,00
Bienes y servicios diversos	5,36	0,68	0,04	0,03	0,00
Información y comunicación	4,33	0,07	0,00	0,02	0,00
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,32	0,01	0,02	0,00
Recreación y cultura	3,79	0,19	0,01	-0,26	-0,01

Fuente: DANE, IPC

- **Índice de Precios al Productor (IPP)**

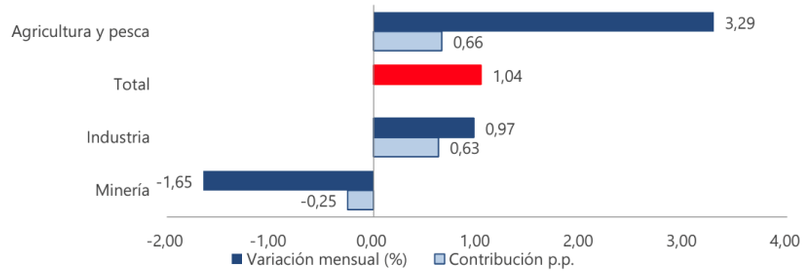
El IPP de la producción nacional, en septiembre de 2024 presentó una variación de 1,04% respecto a agosto de 2024

Índice de Precios del Productor (IPP) Variación mensual, año corrido y anual Septiembre de 2024 (pr*) - Julio de 2023



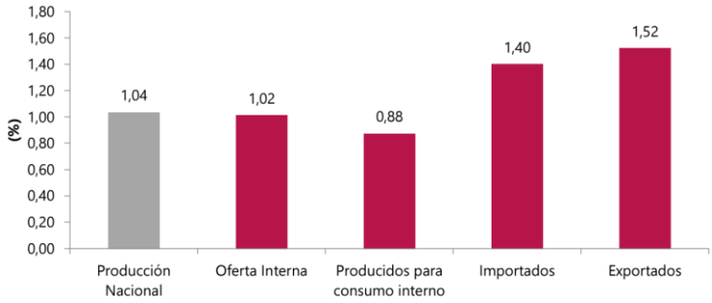
Fuente: DANE - IPP

Analizando los índices del IPP, en septiembre de 2024, el único sector que registró una variación superior a la media fue Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca con 3,29%. Los sectores de Industrias manufactureras (0,97%) y Explotación de minas y canteras (-1,65%) presentaron variaciones inferiores a la media (1,04%).



Fuente: DANE-IPP

Variación mensual de los índices del IPP. Septiembre 2024pr



Fuente: DANE-IPP

- **Actividades de servicios administrativos y de apoyo**

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

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2024pr-II / 2023pr-II	2024pr / 2023pr	2024pr-II / 2024pr-I
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1,9	1,9	0,7
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	-1,2	-1,3	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	**0,2**	**0,2**	**0,4**

Fuente: DANE,PIB_T

[Pr]preliminar

[1]Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo.

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

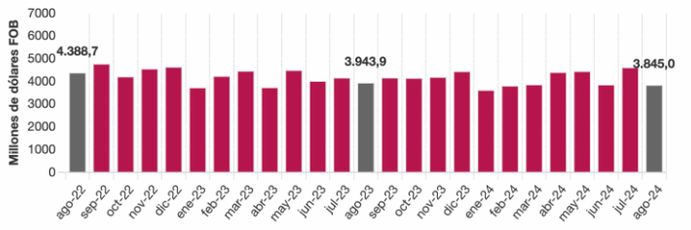
- **Comercio exterior**

Exportaciones

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en agosto de 2024 las ventas externas del país fueron US$3.845,0 millones FOB y presentaron una disminución de 2,5% en relación con agosto de 2023; este resultado se debió principalmente a la caída de 14,4% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas.

Exportaciones (EXPO)

Valor FOB de las exportaciones (millones de dólares FOB)
Total nacional agosto (2022-2024)[P]



Fuente: DIAN, DANE(EXPO)

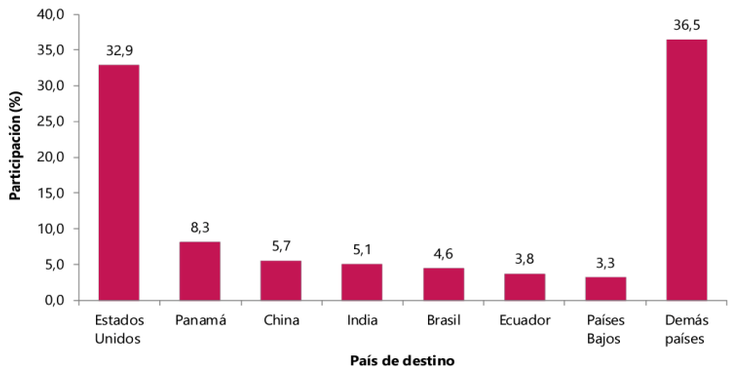
En el periodo enero - agosto 2024, las exportaciones colombianas fueron US$32.483,0 millones FOB y registraron una disminución de 1,0%, frente al mismo periodo de 2023.

En el periodo enero - agosto 2024, las exportaciones del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron de US$15.780,6 millones FOB y disminuyeron 7,5% frente al mismo periodo de 2023. Este comportamiento obedeció principalmente a la caída de las ventas externas de Hulla, coque y briquetas (-23,6%) que contribuyó con 8,6 puntos porcentuales negativos a la variación del grupo.

En el periodo enero - agosto 2024, las exportaciones del grupo de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US$7.387,9 millones FOB y presentaron un crecimiento de 9,2% frente al mismo periodo de 2023, como resultado principalmente del aumento de ventas de Bananas (incluso plátanos) frescas o secas (47,5%) y Café sin tostar descafeinado o no (10,4%) que contribuyeron en conjunto con 6,8 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En agosto de 2024, Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas con una participación de 32,9% en el valor FOB total exportado; le siguieron en su orden las participaciones de: Panamá, China, India, Brasil, Ecuador y Países Bajos.

Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino. Agosto 2024p

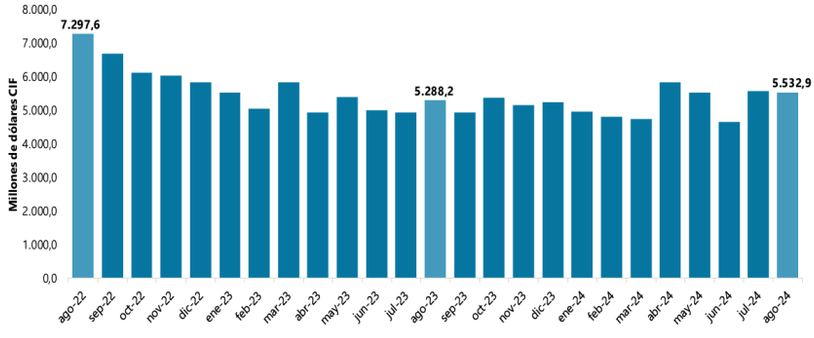


Fuente: DIAN - DANE (EXPO)

- **Importaciones**

En agosto de 2024, las importaciones de Manufacturas participaron con 74,1% del valor CIF total de las importaciones, seguido por Agropecuarios, alimentos y bebidas con 14,1%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 11,7% y Otros sectores con 0,1%

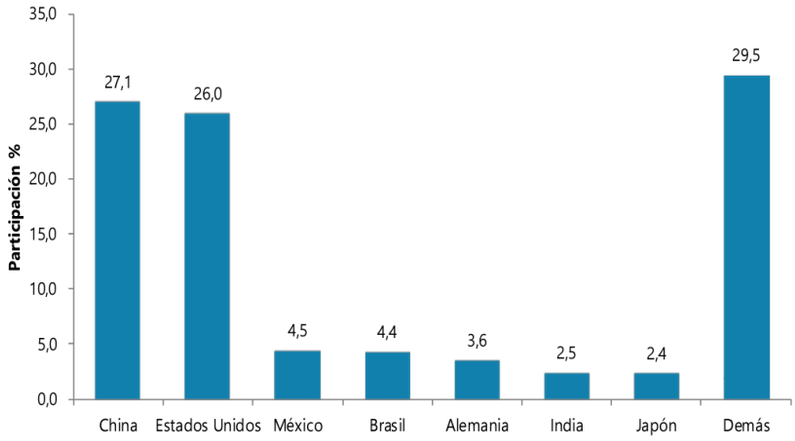
Valor CIF de las importaciones (Millones de dólares CIF) Total Nacional Agosto (2022-2024)p



En agosto de 2024, las importaciones de Manufacturas participaron con 74,1% del valor CIF total de las importaciones, seguido por Agropecuarios, alimentos y bebidas con 14,1%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 11,7% y Otros sectores con 0,1%.

En agosto de 2024, las importaciones de Colombia originarias de China participaron con 27,1% del total de las importaciones; le siguieron las compras externas desde Estados Unidos, México, Brasil, Alemania, India y Japón.

Distribución porcentual del valor CIF de las importaciones según países de origen Agosto 2024p



Fuente: DIAN - DANE (IMPO)

- **Indicadores Económicos**

Las variables macroeconómicas que pueden llegar a afectar directa o indirectamente los costos para elservicio de: "Fumigación ambiental, desinsectación, desratización, control y exclusión de especies voladoras y manejo integrado de plagas de los archivos centrales a nivel nacional y zonas del AeropuertoEl Dorado donde presta servicios el ICA" y que se tienen en cuenta son:

TRM	COP $4.252,15 ↑
DTF	9,46% ↓
Desempleo nacional	12,7% ↑
Desempleo urbano	10,0% ↓
Inflación mensual	3,24% ↑
Inflación anual	5,81% ↓

Fuente: ANIF. Septiembre 2024

- **Salario Mínimo**

El salario mínimo es el indicador que evidencia la capacidad de gasto mínima de los hogares. Es muy utilizado año por año para la toma de decisiones empresariales en materia de contratación y para el establecimiento de parámetros de costeo de políticas públicas en muchas entidades.

Evolución salario mínimo (2000-2024)



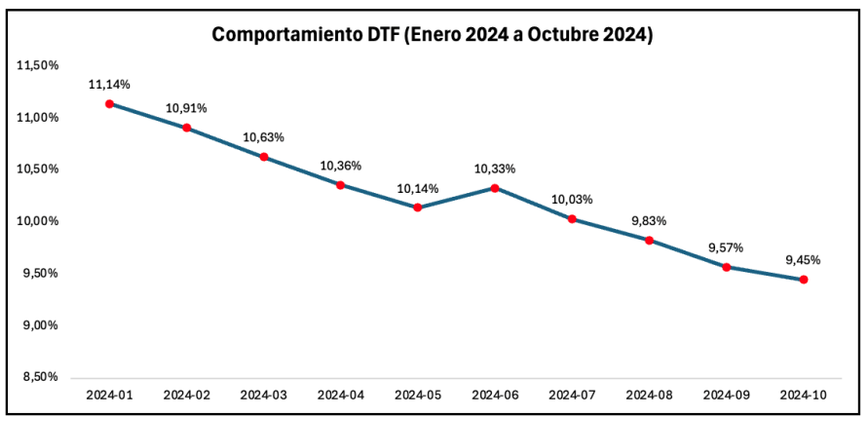
El salario mínimo para el año 2024 quedó establecido en concertación de los gremios, empresas y estado en $1.300.000 pesos con un auxilio de transporte de $162.000 pesos, es decir, un total de $1.462.000 pesos de salario más el auxilio de transporte.

Concepto	2023	Incremento	2024
Salario mínimo	$1.160.000	12,07 %	$1.300.000
Auxilio de transporte	$140.606	15,22 %	$162.000

- **Tasa de Interés**

Las tasas de interés reaccionan al comportamiento de diversos factores como: i) El riesgo de crédito de las operaciones a financiar, ii) La liquidez del mercado y iii) La estrategia comercial definida por cada entidad vigilada.

Al corte del 23 de octubre de 2024 y en los últimos meses se evidencia una tendencia a la baja, presentando un decrecimiento de 1,69% puntos porcentuales, al pasar de 11.14% al 9,45% entre el 1 de enero de 2024 y el 23 de octubre de 2024. Esto se debe a que el Banco de la República sigue implementando medidas para disminuir la inflación.



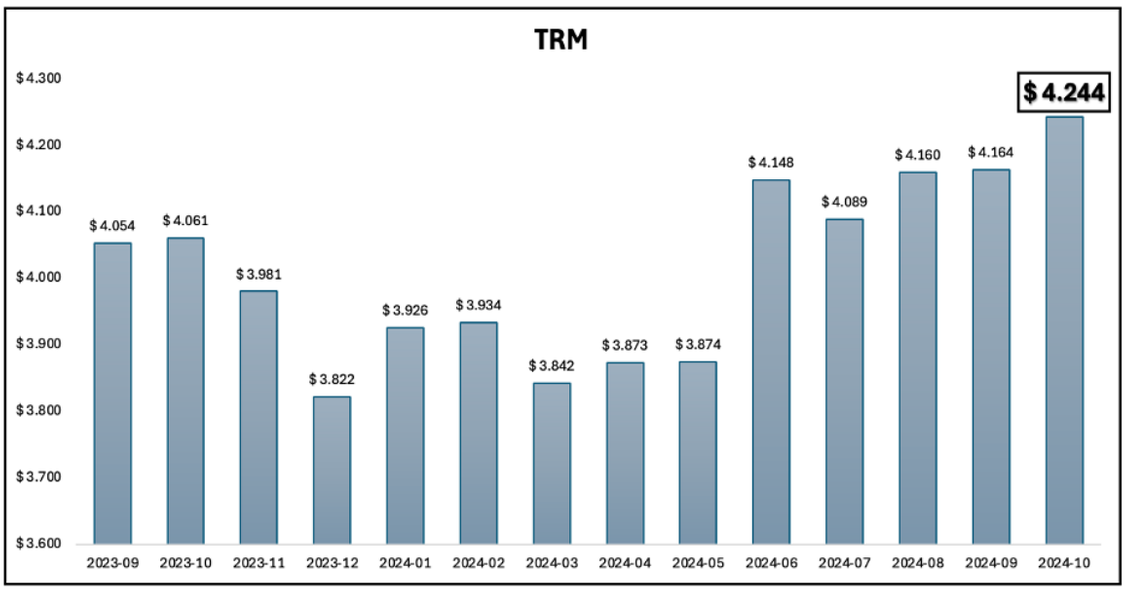
- **Tasa Representativa del Mercado – TRM**

La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos. La TRM se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros que transan en el mercado cambiario colombiano, con cumplimiento el mismo día cuando se realiza la negociación de las divisas, (Banco de la República).

Según informa la página del Banco de la República, actualmente, la Superintendencia Financiera de Colombia es la que calcula y certifica a diario la TRM con base en las operaciones registradas el día hábil inmediatamente anterior.

Esta se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros que transan en el mercado cambiario colombiano, con cumplimiento el mismo día cuando se realiza la negociación de las divisas.

Comportamiento TRM (Septiembre 2023 / Octubre 2024)- Corte 16 de Octubre 2024



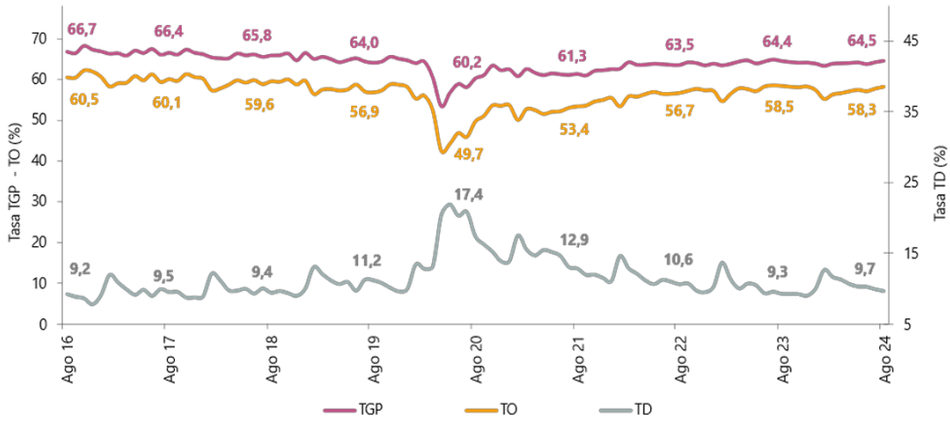
Fuente: Banco de la República – Superintendencia Financiera de Colombia 2024

Analizando la evolución del precio del dólar en el periodo analizado (Sep. 2023/Oct 2024), se evidencia que se ha mantenido, con un valor promedio de $4.012,30. Para el día 16 de octubre de 2024, el dólar registró una TRM de $4.244,84 pesos colombianos por dólar estadounidense, representando un aumento porcentual de 10% respecto a la TRM del 1 de enero de 2024 ($3.822,05), es decir, $422,79 pesos más.

- **Desempleo**

Para el mes de agosto de 2024, la tasa de desocupación del total nacional fue 9,7%, mientras que en agosto de 2023 fue 9,3%. Por su parte, la tasa global de participación se ubicó en 64,5% y la tasa de ocupación en 58,3%, en el mismo mes del año anterior estas tasas fueron 64,4% y 58,5%, respectivamente.

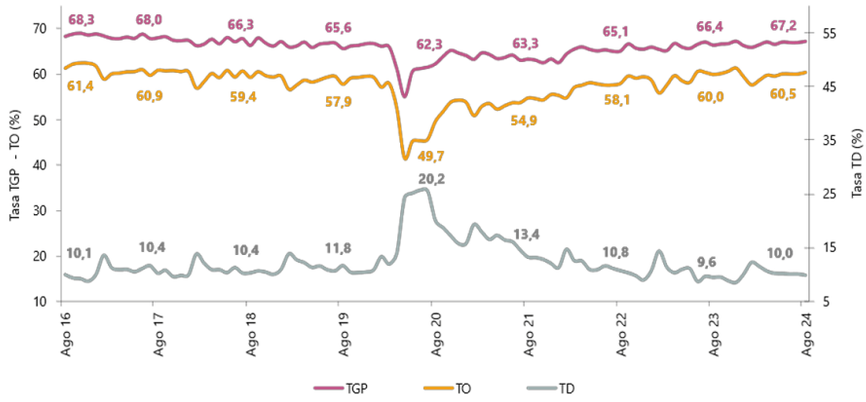
Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD) Total nacional Agosto (2016 - 2024)



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

En agosto de 2024, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 10,0%, mientras que en agosto de 2023 fue 9,6%. En cuanto a la tasa global de participación, para el periodo de referencia se ubicó en 67,2% y la tasa de ocupación en 60,5%, en el mismo mes de año anterior estas tasas fueron 66,4% y 60,0%, respectivamente.

Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD) Total 13 ciudades y áreas metropolitanas Agosto (2016 - 2024)

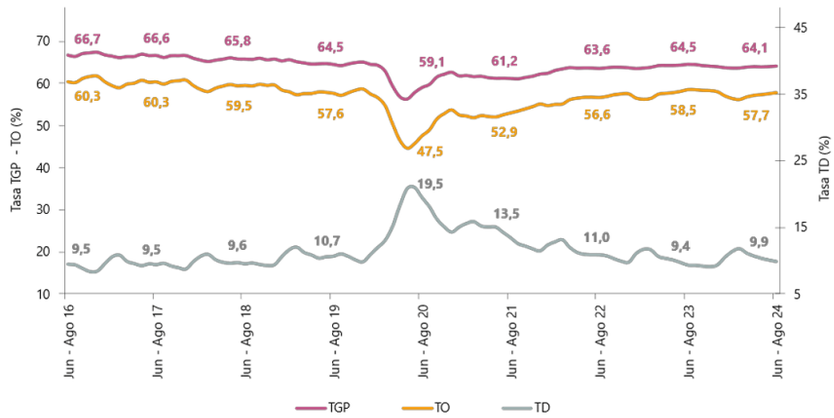


Fuente: DANE, GEIH.

- Tasa global de participación (TGP): es la relación porcentual entre la fuerza de trabajo y la población en edad de trabajar. Este indicador refleja la presión de la población en edad de trabajar sobre el mercado laboral.
- Tasa de desempleo (TD): es la relación porcentual entre el número de personas desocupadas (DS) y el número de personas que integran la fuerza de trabajo (FT).
- Tasa de ocupación (TO): es la relación porcentual entre la población ocupada (OC) y el número de personas que integran la población en edad de trabajar (PET).

En el total nacional, la tasa de desocupación del trimestre móvil junio - agosto 2024 fue 9,9%, lo que representó un aumento de 0,6 puntos porcentuales respecto al trimestre móvil junio - agosto 2023 (9,4%). La tasa global de participación se ubicó en 64,1%, mientras que en el mismo periodo del año anterior fue 64,5%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 57,7%, lo que representó una disminución de 0,7 puntos porcentuales respecto al trimestre móvil junio - agosto 2023 (58,5%).

Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD) Total nacional Junio - agosto (2016 - 2024)



Fuente: DANE, GEIH.

- **Población según Rama de Actividad**

En el mes de agosto de 2024, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 23.418 miles de personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios (0,8 puntos porcentuales); Comercio y reparación de vehículos (0,7 puntos porcentuales) y Alojamiento y servicios de comida (0,5 puntos porcentuales).

Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad Total nacional Agosto (2023 - 2024)

Rama de actividad	Total nacional				
	Agosto 2023	Agosto 2024	Distribución % 2024	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.161**	**23.418**	**100**	**257**	
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	1.958	2.153	9,2	195	0,8
Comercio y reparación de vehículos	3.931	4.090	17,5	159	0,7
Alojamiento y servicios de comida	1.683	1.799	7,7	116	0,5
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.313	3.390	14,5	77	0,3
Transporte y almacenamiento	1.609	1.665	7,1	56	0,2
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^	512	558	2,4	46	0,2
Información y comunicaciones	422	419	1,8	-3	0,0
Industrias manufactureras	2.445	2.401	10,3	-43	-0,2
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.895	1.835	7,8	-59	-0,3
Actividades financieras y de seguros	436	376	1,6	-59	-0,3
Actividades inmobiliarias	388	316	1,4	-71	-0,3
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.953	2.880	12,3	-74	-0,3
Construcción	1.616	1.532	6,5	-84	-0,4

Fuente: DANE, GEIH.

- **Población ocupada según posición ocupacional**

En agosto de 2024, Obrero, empleado particular y Trabajador por cuenta propia fueron las posiciones ocupacionales que más aportaron positivamente a la variación de los ocupados en el total nacional con 0,8 y 0,4 puntos porcentuales, respectivamente.

Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según posición ocupacional Total nacional Agosto (2023 - 2024)

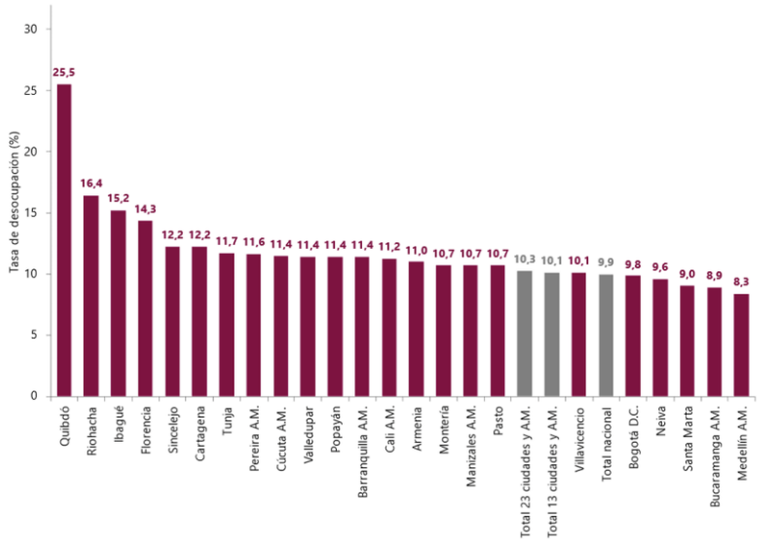
Posición ocupacional	Total nacional				
	Agosto 2023	Agosto 2024	Distribución % 2024	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.161**	**23.418**	**100**	**257**	
Obrero, empleado particular	9.954	10.145	43,3	192	0,8
Trabajador por cuenta propia	9.659	9.760	41,7	101	0,4
Trabajador familiar sin remuneración	416	489	2,1	74	0,3
Empleado doméstico	722	778	3,3	56	0,2
Jornalero o Peón	748	741	3,2	-7	0,0
Obrero, empleado del gobierno	942	896	3,8	-46	-0,2
Patrón o empleador	711	600	2,6	-111	-0,5

Fuente: DANE, GEIH.

- **Ranking de ciudades según tasa de desempleo**

Para el trimestre móvil junio - agosto 2024, de las 23 ciudades y áreas metropolitanas, las que presentaron mayores tasas de desocupación fueron: Quibdó (25,5%), Riohacha (16,4%) e Ibagué (15,2%). Las ciudades con menor tasa de desocupación fueron: Santa Marta (9,0%), Bucaramanga A.M. (8,9%) y Medellín A.M. (8,3%).

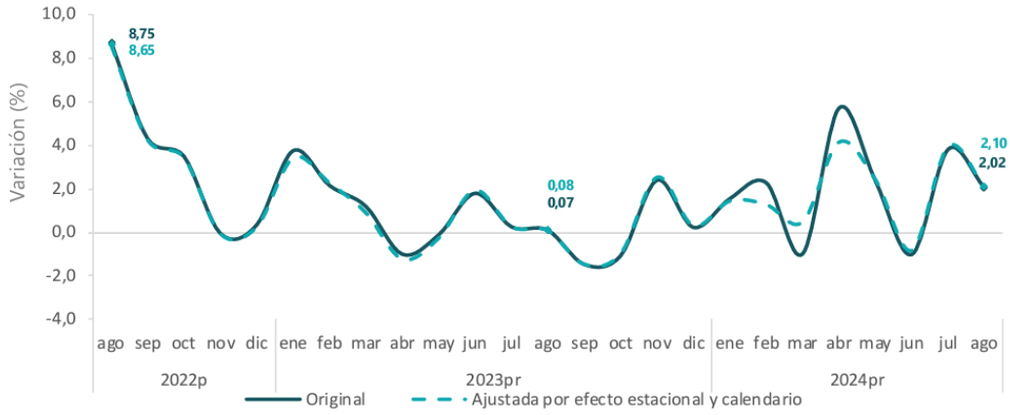
Tasa de desocupación según ciudades Total nacional y 23 ciudades y áreas metropolitanas Junio – agosto 2024



Fuente: DANE, GEIH.

- **Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)**

El Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE) es un índice sintético mensual, cuyo fin es proporcionar una medida de la evolución de la actividad económica del país en el corto plazo; el cual es construido a partir de un conjunto heterogéneo de indicadores representativos de cada actividad económica.



Fuente: DANE, ISE

Para el mes de agosto de 2024pr el ISE en su serie original, se ubicó en 124,37, lo que representó un crecimiento de 2,02% respecto al mes de agosto de 2023pr

1.2. Cambios en los Presupuestos

Existen diversos factores que pueden influir significativamente en los presupuestos establecidos por las entidades territoriales, entre los más importantes se encuentran: Los Desastres Naturales, Las fluctuaciones en la política monetaria del país, las variaciones en los precios nacionales e internacionales de los insumos y los cambios internos en la asignación de recursos.

Cambios en los Ciclos de Producción

Para el presente proceso se aclara que los cambios en los ciclos de producción son las modificaciones técnicas aquellas que representan cambios significativos en las etapas constructivas relacionadas con la naturaleza del presente proyecto, en razón de lo cual el fundamento técnico que ampara el proyecto será los referentes técnicos diseñados para estos propósitos.

Fluctuaciones del valor de las materias primas y costos de producción

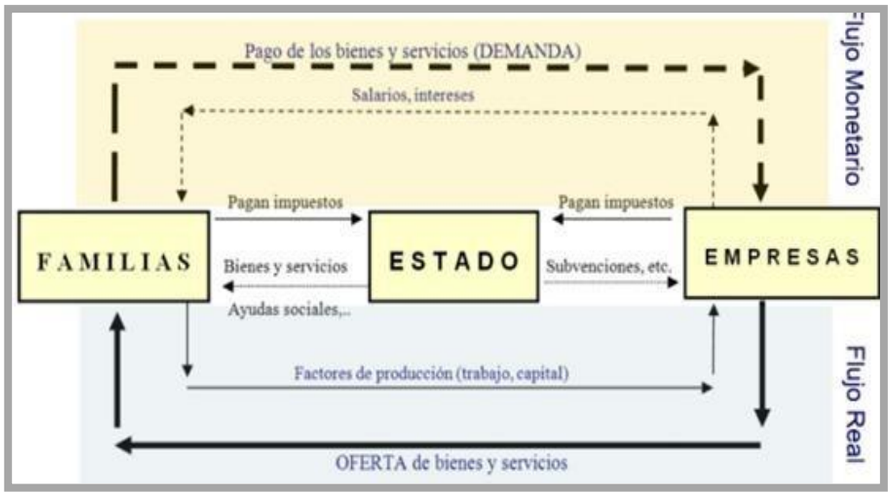
La volatilidad y la inestabilidad de los mercados productores tienen grandes implicaciones para la ejecución; Ya que el aumento de los costos hasta las fluctuaciones inesperadas en los precios de las materias primas, son obstáculos imprevistos están desestabilizando las cadenas de suministro y dificultando que los fabricantes sigan suministrando las materias primas y logrando la desestabilización en la ejecución de la obra sin embargo el contratista debe asumir este como riesgo inmerso dentro del proyecto.

AGENTES QUE COMPONEN EL SECTOR

Los agentes económicos son los sujetos que llevan a cabo las actividades económicas.

- Las empresas o unidades de producción toman decisiones sobre la producción de bienes y servicios, para venderlos a los consumidores o a otras empresas y obtener el objetivo fijado.

- Los consumidores, también llamados unidades económicas de consumo o economías domésticas, son las familias, los individuos y otras entidades que tienen como actividad principal la toma de decisiones de consumo, es decir, elegir los bienes y servicios que demandarán para satisfacer mejor sus necesidades.
- El sector público está formado por tres tipos diferentes de organismos: las Administraciones públicas, las empresas públicas y el sistema de la Seguridad Social. Su actividad económica consiste en tomar decisiones, tanto de producción como de consumo de bienes y servicios. Su finalidad es conseguir el máximo bienestar del conjunto de la sociedad.



INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIO

Los agentes económicos se relacionan entre sí por medio del tipo de bienes y servicios que intercambian, estos están estrechamente relacionados con las principales actividades en las que cada uno participa.

ACTIVIDADES DE CONSUMO: En la actividad de consumo los hogares participan comprando bienes de consumo o productos que se adquieren para el uso final por parte del consumidor y satisfacen algunas necesidades de estos, los bienes de consumo no pueden ser empleados para obtener otros bienes o ser vendidos; un ejemplo de ello son los alimentos, ropa, joyas, entre otros.

ACTIVIDADES DE PRODUCCIÓN: Para realizar la actividad de producción las empresas y el gobierno compran bienes intermedios, estos son bienes/productos semi-terminados usados como insumos en la producción de otros bienes o en ocasiones como productos terminados

1.3 ANÁLISIS TÉCNICO.

Las condiciones técnicas particulares referentes a la ejecución del contrato que se pretende celebrar se encuentran discriminadas de manera clara y precisa en los documentos anexos, en especial en el documento "Estudios Previos" que forma parte del presente proceso de selección.

Así mismo, Las actividades requeridas por la Administración mediante el presente proceso contractual requiere según se informa a continuación la descripciones o detalles de los ítems, sus cantidades y valores establecidos así:

PRESUPUESTO OFICIAL

ITEM	DESCRIPCION	UND	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Emisión de quince (15) cuñas por día, de 30 segundos durante 24 días en emisoras de alcance departamental, municipal y comunitario y otras (rural disperso), promocionando jornadas de vacunación, beneficios de la vacunación, uso apropiado del carné de vacunación, información precisa sobre el acceso a los servicios de vacunación.	UND	360	$ 40.000	$ 14.400.000
2	Emisión de Dos (2) cuñas por día, de 30 segundos durante un 1 mes en emisoras de alcance departamental, municipal y comunitario y otras (rural disperso), promocionando jornadas de vacunación, beneficios de la vacunación, uso apropiado del carné de vacunación, información precisa sobre el acceso a los servicios de vacunación, en el Distrito de Riohacha y los municipios de Manaure, Uribia, Maicao, Fonseca, Hatonuevo, Barrancas, Distracción y Albania. En total serían 540 cuñas, 2 cuñas radiales por día, en los 9 municipios, realizadas en horario de noticias. Las cuñas se emitirán en Wayuunaiki.	HORAS	540	$ 40.000	$ 21.600.000
3	Servicio de perifoneo móvil 3 horas diarias tres veces (3) por semana, durante 4 semanas en área rural y urbana de los 15 municipios del departamento de La Guajira, en los cuales se promocione a través de mensajes alusivos pregrabados la tenencia adecuada sobre el carné de vacunación, sobre el acceso a los servicios de vacunación, abordaje a las preocupaciones de la comunidad, mejorar los vínculos comunitarios y alentar el uso continuo de los servicios de vacunación	HORAS	360	$ 150.000	$ 54.000.000
4	Mapas de la zona urbana y rural de cada municipio de 1,00x0,70 cm en papel bond	UND	15	$ 30.000	$ 450.000
5	Impresión de pendón con la representación de la Secretaría de Salud – PAI de 2x1 m	UND	20	$ 150.000	$ 3.000.000
6	Diseño de piezas graficas para el PAI relacionadas con la canalización y demanda inducida para la adherencia al programa, dirigido a padres, madres, cuidadores y comunidad en general	UND	50	$ 240.000	$ 12.000.000
7	Pre-producción, Producción y Pos-Producción de videos institucionales con mensajes claves relacionados con el uso apropiado del carné de vacunación, los beneficios de la vacunación, aclarar mitos, falsas creencias frente a la vacunación y conocimiento de cuidados adecuados pos-vacunación, entre otros.	UND	30	$1.500.000	$ 45.000.000
	SUBTOTAL PLAN DE MEDIOS PAI				**$150.450.000**
8	Emisión de Seis (6) cuñas por día, de 30 segundos, por un 1 mes en emisoras de alcance departamental, municipal y comunitario y otras (rural disperso), para la promoción de jornada masiva de vacunación antirrábica canina y felina. En total serían 180 cuñas por el mes.	UND	180	$ 40.000	$ 7.200.000

9	Emisión de Dos (2) cuñas por día, de 30 segundos durante un 1 mes en emisoras de alcance departamental, municipal y comunitario y otras (rural disperso), promoción de jornada masiva de vacunación antirrábica canina y felina, en los municipios de Manaure, Uribia, Maicao, Riohacha, Fonseca, Hatonuevo, Barrancas, Distracción y Albania. En total serían 540 cuñas = 2 cuñas radiales por día, durante un 1 mes en los 9 municipios, realizadas en horario de noticias. Las cuñas se emitirán en Wayuunaiki.	HORAS	540	$ 40.000	$ 21.600.000
10	Servicio de perifoneo móvil 3 horas diarias cuatro veces (4) por semanas, que se dividirán el día anterior a la actividad en el barrio a intervenir y durante las intervenciones el barrio donde se desarrolle. El perifoneo se realizará de martes a sábado, en los cuales se promocione a través de mensajes alusivos pregrabados la tenencia adecuada de mascotas y la importancia de la vacunación antirrábica. Se realizarán en los 15 municipios del departamento.	HORAS	720	$ 150.000	$ 108.000.000
11	Cartillas 16x20 cm sobre la tenencia responsable de perros y gatos: portada y contraportada en propalcote 200 gr, 10 hojas internas en papel bond 90 gr impresas a color.	UND	6.000	$ 9.000	$ 54.000.000
12	Cartillas 16x20 cm sobre la vacunación antirrábica de perros y gatos: portada y contraportada en propalcote de 200 gr, 10 hojas internas en papel bond 90 gr impresas a color.	UND	6.000	$ 9.000	$ 54.000.000
13	Sticker adhesivo para la identificación de las viviendas sin vacunación antirrábica	UND	7.000	$ 400	$ 2.800.000
14	Pendones de 2,00 X 1,00 alusivos a vacunación antirrábica de perros y gatos	UND	20	$ 150.000	$ 3.000.000
15	Mapas de la zona urbana y rural de cada municipio de 1,00x0,70 cm en papel bond	UND	15	$ 30.000	$ 450.000
16	Material didáctico para el desarrollo de las actividades de tenencia responsable de mascotas y vacunación consta de dos (2) peregrinas (3,00x1,50 mt) en banner	UND	3	$ 280.000	$ 840.000
17	Material didáctico para el desarrollo de las actividades de tenencia responsable de mascotas y vacunación 2 dados acolchados 50x50 cm	UND	2	$ 350.000	$ 700.000
18	Tres (3) banderines o banderas publicitarias externas elaborado en Base tanque plástica de llenado, asta metálica pintura al horno negra, terminal plástica con Tela Antifluido 80% Poliéster sublimación textil por 1 o 2 caras. Tipo Pluma, Recta o Aleta. Medidas: 2 metros de altura.	UND	3	$ 550.000	$ 1.650.000
19	Pre-producción, Producción y Pos-Producción de videos institucionales con mensajes alusivos a la tenencia adecuada de mascotas y/o vacunación antirrábica para perros y gatos	UND	25	$1.500.000	$ 37.500.000
20	Diseño de piezas gráficas alusivas a la tenencia adecuada de mascotas y/o vacunación antirrábica para perros y gatos.	UND	20	$ 240.000	$ 4.800.000
	SUBTOTAL PLAN DE MEDIOS ZOONOSIS				**$296.540.000**
	SUMATORIA PAI + ZONOOSIS				**$ 446.990.000**
	IVA 19%				$ 84.928.100
	TOTAL, PLAN DE MEDIOS PAI + ZONOOSIS				**$ 531.918.100**

1.4 ANALISIS REGULATORIO Y LEGAL.

Se identificó para el presente proceso que de conformidad a lo establecido en el artículo 15 del Decreto 1510 del 17 de Julio del 2013, y en concordancia con lo establecido en el Código Civil artículos 1518 y 1519, el objeto del proceso es licito no contraviene normas de carácter público, el mismo existe en el comercio, se encuentra determinado en su género, y está amparado dentro de la normatividad contractual.

De igual manera es importante que los insumos, materiales, herramientas o elementos suministrados, cumplan con las normas técnicas colombianas que los regulan, en cuanto al diseño, aplicación, dimensiones y demás características aplicables a cada uno.

NORMATIVIDAD APLICABLE AL PROCESO DE CONTRATACIÓN

La normatividad aplicable al proceso de contratación es la prevista en el Estatuto General de Contratación Publica en Colombia: Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011, Ley 1882 de 2018 y el Decreto 1082 de 2015 que reglamentó el Sistema de Compras y Contratación Pública en Colombia.

El artículo 2º de la ley 1150 de 2007, consagra las modalidades de selección que se pueden emplear para realizar la escogencia de un contratista de la administración, estableciendo para el efecto cinco (5) modalidades principales, como son: La Licitación Pública, como regla general, a y su turno, como excepciones a esta última, tenemos a la *Selección Abreviada*; *el Concurso de Méritos*, *Mínima Cuantía* y la *Contratación Directa*.

La determinación de emplear cualquiera de las modalidades en comento, obedece entre otros, a Dos (2) criterios claramente establecidos, el primero relativo al **Objeto** o clase de Contrato a celebrar o el sujeto que lo suscribe, y el Segundo, regido por el factor **Cuantía**. Así en primera instancia, por la naturaleza del sujeto contratante o clase del servicio o bien a contratar, las leyes contractuales establecen procedimientos contractuales especiales para la selección de los contratistas encargados de ejecutar tales contratos; y en un segundo evento, propio de aquellos casos donde el legislador no ha establecido un procedimiento particular, la cuantía constituye el criterio que por excelencia entra a determinar la modalidad de contratación a desarrollar para lograr la adjudicación del contrato.

Los Contratos de Obra no se encuentran inmersos dentro del grupo de contratos cuya contratación obedece a un procedimiento excepcional a la regla general, por el contrario, para la ejecución del contrato, el criterio que impera para establecer la modalidad de selección de contratistas se fundamenta en el **FACTOR CUANTÍA**, motivo por el cual la escogencia de los contratistas se hará por aquellas modalidades o causales que las integran, donde el presupuesto del contrato sea preponderante para su realización.

En los términos de la cuantía del contrato que se pretende celebrar, esta no supera el límite máximo de la menor cuantía para contratar con el Departamento, es decir, es menor a seiscientos cincuenta (650) SMMLV de la vigencia fiscal de 2024, de ahí que la modalidad de selección utilizada por la entidad para escoger contratista, corresponderá a la Selección Abreviada de Menor Cuantía, establecida en el literal b del numeral 2 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, cuyo procedimiento se encuentra descrito en el en el Decreto 1082 de 2015.

La presente modalidad de selección se aplica teniendo en cuenta que la cuantía y el objeto de la contratación no corresponden a ningún otro procedimiento contractual establecido en la Ley 1150 de 2007 y su Decreto Reglamentario 1082 de 2015, garantizando la selección objetiva de la oferta más favorable a la entidad con la observancia estricta de los parámetros legales definidos para el efecto

NORMATIVIDAD QUE REGULA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

En general, las normas legales aplicables durante el proceso de selección y ejecución del contrato serán las estipuladas en el pliego de condiciones y las propias vigentes en Colombia sobre la materia. Además, de las que se relacionan a continuación.

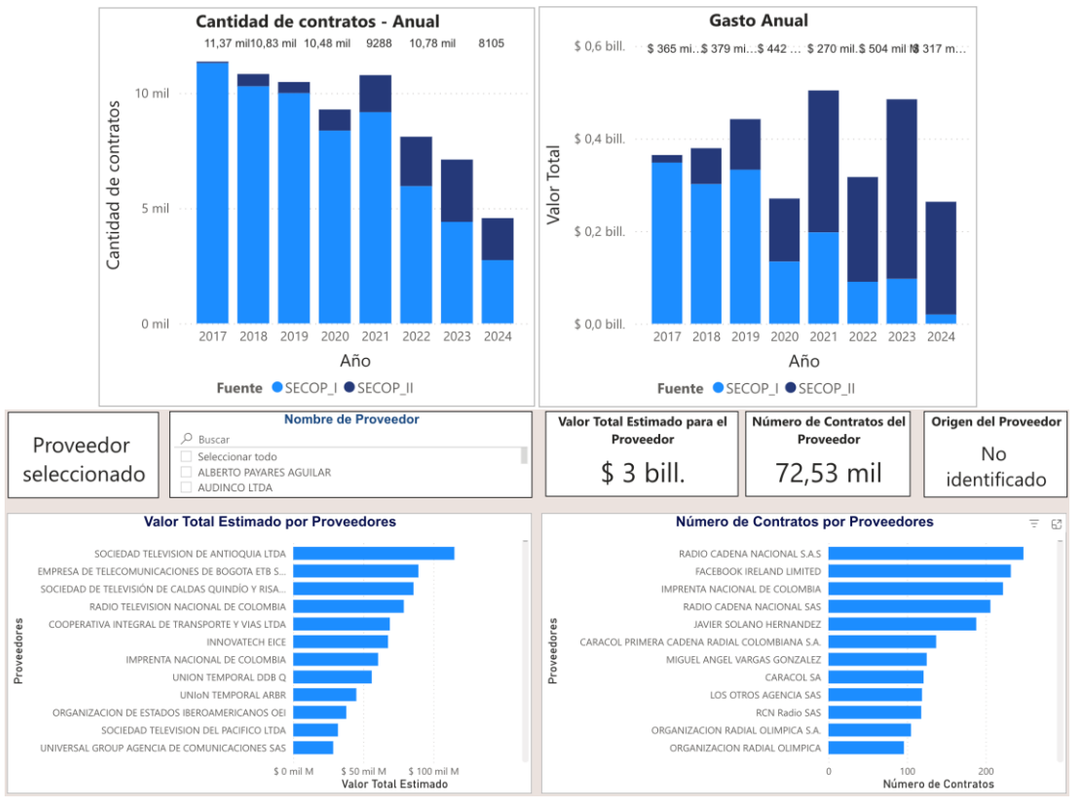
Ley 1341 de 2009, ley que rige el sector de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

La norma aplicable a este proceso son las que se estipulan en la Constitución Política de Colombia, Así como otras leyes, decretos, regulaciones que controlan el objeto del proceso.

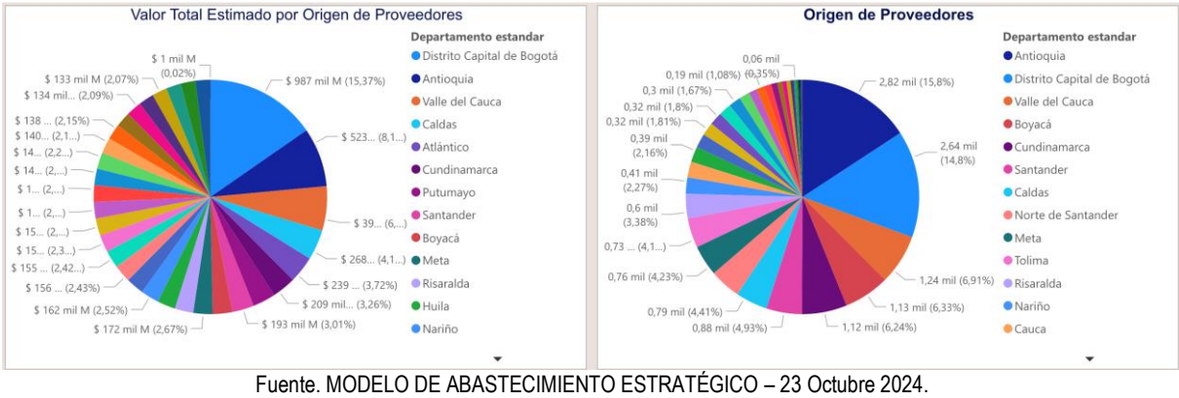
2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de demanda pretende orientar el resultado para sustentar si el valor del contrato está cerca de las condiciones económicas de mercado, utilizando como contraste la contratación histórica de la empresa y de otras entidades en procesos similares.

Una vez revisado los procesos con similar objeto contractual y consultado el Análisis de la Demanda del Modelo de Abastecimiento Estratégico de Colombia Compra Eficiente, se evidencia que en las vigencias 2017-2024 se suscribieron en la Nación alrededor de 72.531 contratos con objeto similar, y se estima que el valor de estos fue de $3 billones de pesos aproximadamente, cuyos números de contratos y entidades se relacionan a continuación:



Adicionalmente, podemos enfatizar que en Antioquia se concentran la mayoría de los contratistas con un aproximado de 2.822 contratos, lo que equivale a 523 millones de pesos aproximadamente como se muestra a continuación:



Fuente. MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO – 23 Octubre 2024.
https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiOTNjY2MyZmUtZWE1My00NmY4LWJiMDctNjE4NTA0OTFkZGQyIiwidCI6IjdiMDkwNDFlLTI0NTEtNDlkMC04Y2IxLTc5ZDVlM2Q4YzFiZSIsImMiOjR9

En cumplimiento a lo regulado en la normatividad que aplica para el sector público, determinada en la Ley 80 de 1993 Estatuto de contratación pública y demás normas concordantes, dentro de la búsqueda efectuada en el Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP II) Adquisiciones previas del Departamento de La Guajira:

AÑO	VALOR	TIPO DE PROCESO	OBJETO
2023	$ 200.000.000	CONTRATACIÓN DIRECTA (CON OFERTAS	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES DE INFORMACION EN SALUD PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DEL DENGUE DE ACUERDO CON EL PLAN DE CONTINGENCIA DE LA SECRETARIA DE SALUD DEPARTAMENTAL DE LA GUAJIRA
2021	$ 58.997.820	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA	SERVICIOS DE DIFUSION, PUBLICIDAD Y MANEJO DE PLAN DE MEDIOS, DE LAS ACTIVIDADES, ESTRATEGIAS, ALCANCES E IMPLEMENTACION DEL CONVENIO INTERADMINISTRATIVO PM N° 034 DE 2019, CELEBRADO ENTRE LA FEDERACION NACIONAL DE DEPARTAMENTOS Y EL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA
2021	$ 101.438.000	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LOGISTICA Y PUBLICIDAD PARA PARTICIPAR EN EL EVENTO DE LA VITRINA TURISTICA INTERNACIONAL (FERIA ANATO 2022) COMO PROMOCION DEL TURISMO EN LA GUAJIRA.
2013	$ 30.892.400,	CONTRATACIÓN MÍNIMA CUANTÍA	SUMINISTRO DE PIEZAS PUBLICITARIAS PARA FORTALECER LA IMAGEN DEL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA EN ARAS DE DAR A CONOCER AVANCES DEL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL
2013	$ 150.000.000	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA	DISEÑO, ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS EN LOS 15 MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA, DENTRO DEL PROGRAMA DE ALIMENTACION Y NUTRICION EN EL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA

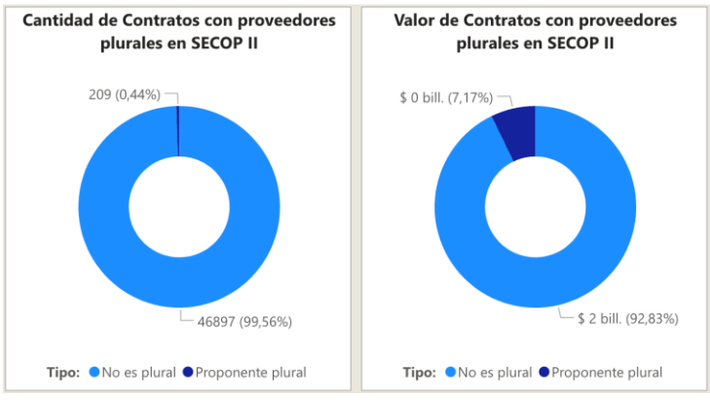
Al validar en la plataforma del SECOP II, se encontró que otras entidades estatales han adquirido bienes y/o servicios con similares características técnicas y económicas, pero no iguales a las requeridas dentro del presente proceso, utilizando las diferentes modalidades de contratación para el sector estatal, de las cuales se detallaron algunas en el numeral 1.2 Adquisiciones realizadas por otras entidades con iguales o similares características técnicas.

247	MVR-MC-019-2024	Contratación Mínima Cuantía	Celebrado	CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE VILLA RICA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN DIARIO DE CIRCULACIÓN REGIONAL EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA, PARA LA PUBLICACIÓN MENSUAL ACERCA DE LA GESTIÓN Y EL DESEMPEÑO DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE VILLA RICA, QUE APORTEN A LA POLÍTICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DURANTE LA VIGENCIA 2024	**Cauca** : Villa Rica	$20.000.000,00	**Fecha de Celebración del Primer Contrato** 21-05-2024
248	CONTRATO 66 - 2022	Régimen Especial	Liquidado	BOGOTÁ D.C. - AGUAS DE BOGOTÁ S.A. E.S.P - BOGOTÁ D.C.	SUMINISTRAR MATERIAL PEDAGÓGICO, PIEZAS COMUNICATIVAS, MATERIAL POP Y DEMÁS INSUMOS NECESARIOS PARA LA SOCIALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR AGUAS DE BOGOTÁ S.A E.S.P	**Bogotá D.C.** : Bogotá D.C.	$176.318.898,00	**Fecha de Liquidación** 20-05-2024
				CALDAS				
311	SAMC-002-2024	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	Convocado	CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE GUACHENÉ	PRESTACION DE SERVICIO DE PUBLICACIONES, AVISOS, EDICTOS EMPLAZATORIOS ACCIONES POPULARES Y DEMAS COMUNICACIONES EN RADIO Y PRENSA DE AMPLIA CIRCULACION PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS NIVELES DE COMUNICACIONES INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y OFRECER INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA LA CIUDADANÍA OFRECIENDO EL CONOCIMIENTO Y EL USO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PÚBLICOS.	**Cauca** : Guachené	$120.000.000,00	**Fecha de apertura** 04-04-2024
520	SAMC-011-2023	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	Liquidado	CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE PUERTO TEJADA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE OPERADOR PARA LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN, DIVULGACIÓN, PROMOCIÓN Y SOCIALIZACIÓN DE CAMPAÑAS, PROYECTOS, PROGRAMAS Y EVENTOS QUE ADELANTA LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE PUERTO TEJADA – CAUCA, EN LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL	**Cauca** : Puerto Tejada	$74.995.200,00	**Fecha de Liquidación** 12-12-2023
622	152-23	Régimen Especial	Celebrado	CAUCA - CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA	Suministro e impresión de material POP y merchandising para la implementación de la estrategia de comunicación externa e interna orientada al posicionamiento de marca de LA CÁMARA en sus diferentes actividades.	**Cauca** : Popayán	$121.002.400,00	**Fecha de Celebración del Primer Contrato** 15-11-2023

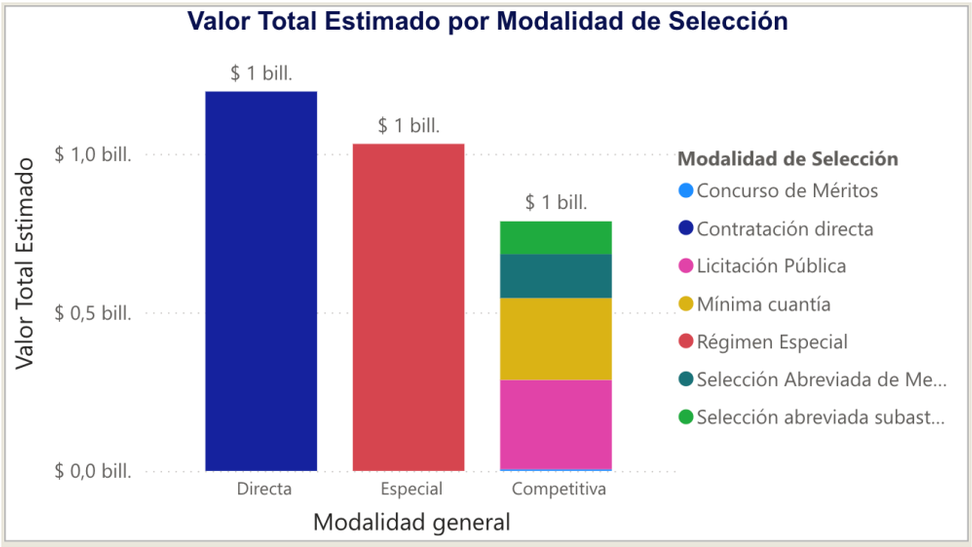
3. ANALISIS DE LA OFERTA.

El estudio de la oferta inicial permite conocer quien o quienes ofrecen este bien o servicio en el mercado, bajo qué condiciones de entrega y distribución opera el mercado, entre otros aspectos. Las características por identificar en el mercado son, entre otras, el tamaño empresarial, ubicación, esquemas de producción y comportamiento financiero.

De acuerdo con la información obtenida en la consulta realizada en el Modelo de Abastecimiento Estratégico; Análisis de la Oferta de Colombia Compra Eficiente, frente a la búsqueda de empresas del sector de Actividades de ventas y promoción de negocios, se evidencia que en el 2017-2024 la mayoría de los contratos con objetos relacionados al expuesto en el presente estudio corresponden a proveedores No plurales. Así mismo, se relaciona el valor aproximado de los contratos ejecutados tanto para proponentes singulares como para proponentes plurales:



En concreto, se puede demostrar que la mayoría de contratos fueron por modalidad de Contratación Directa, por valor aproximado de 1 billón de pesos aproximadamente y que el proceso contractual adelantado por otras entidades estatales con similar objeto y tipo de proceso son comparables con el proceso contractual que se pretende adelantar por la entidad.



Fuente. MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO – 23 Octubre 2024.
https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiOTNjY2MyZmUtZWE1My00NmY4LWJiMDctNjE4NTA0OTFkZGQyIiwidCI6IjdiMDkwNDFlLTI0NTEtNDlkMC04Y2IxLTc5ZDVlM2Q4YzFiZSIsImMiOjR9

En la base de datos de Colombia compra se evidencia que existe un número suficiente de proveedores en el mercado que se encuentran en capacidad de suministrar los servicios contratados. Son proveedores legalmente constituido y clasificados de acuerdo con las normas mercantiles.

Con el fin de identificar posibles proveedores en el mercado que puedan cumplir con el objeto del presente proceso se consultó en la plataforma del SECOP II, empresas que han participado en procesos con objetos contractuales similares.

Es de aclarar que:

1. El orden presentado de las empresas no constituye ningún tipo de jerarquización.
2. Las empresas presentadas a continuación es una muestra representativa del mercado las cuales desde el punto de vista técnico pueden ejecutar el proceso a adelantar, sin embargo, no representan todo el mercado en sí.
3. El listado de empresas no constituye ninguna recomendación al proceso de contratación a adelantar, se presenta únicamente con fines de estudio de la oferta del mercado objetivo del sector.

4. ÍNDICES FINANCIEROS.

Los indicadores de capacidad financiera buscan establecer unas condiciones mínimas que reflejan la salud financiera de los proponentes a través de su liquidez y endeudamiento. Estas condiciones muestran la aptitud del proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato.

Indicador	Si el indicador es mayor, la probabilidad de Riesgo es	Límite[12]
Índice de liquidez	Menor	Mínimo
Índice de endeudamiento	Mayor	Máximo
Razón de cobertura de intereses	Menor	Mínimo

ÍNDICE DE LIQUIDEZ. Índice de liquidez: Activo Corriente / Pasivo Corriente, el cual determina la capacidad que tiene un 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.

ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO: Índice de Endeudamiento: Pasivo Total / Activo Total, el cual determina el grado de endeudamiento en la estructura de financiación (pasivos y patrimonio) del proponente. A mayor índice de endeudamiento, mayor es la probabilidad del proponente de no poder cumplir con sus pasivos.

RAZON DE COBERTURA DE INTERESES: Razón de cobertura de intereses: Utilidad operacional / Intereses, indica cuántas veces el flujo de caja generado por una empresa son superiores a las cargas financieras que debe pagar. A menor razón de cobertura de intereses, mayor es la probabilidad del proponente de no poder cumplir con sus pasivos.

CAPITAL DE TRABAJO: Capital de Trabajo: Activo corriente - Pasivo corriente; Este indicador representa la liquidez operativa del proponente, es decir el remanente del proponente luego de liquidar sus activos corrientes (convertirlos en efectivo) y pagar el pasivo de corto plazo. Un capital de trabajo positivo contribuye con el desarrollo eficiente de la actividad económica del proponente.

CAPACIDAD ORGANIZACIONAL: La capacidad organizacional mide es la aptitud de un proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato en función de su organización interna. El Decreto 1510 de 2013 definió los indicadores de rentabilidad para medir la capacidad organizacional de un proponente teniendo en cuenta que está bien organizado cuando es rentable.

Indicador	Si el indicador es mayor, la probabilidad de Riesgo es	Límite[13]
Rentabilidad del patrimonio	Menor	Mínimo
Rentabilidad del activo	Menor	Mínimo

Rentabilidad sobre Patrimonio: Rentabilidad sobre patrimonio: Utilidad Operacional / Patrimonio, el cual 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.

Rentabilidad sobre Activos: Rentabilidad sobre activos: Utilidad Operacional / Activo Total, el cual determina la rentabilidad de los activos del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo. A mayor rentabilidad sobre activos, mayor es la rentabilidad del negocio y mejor la

capacidad organizacional del proponente. Este indicador debe ser siempre menor o igual que el de rentabilidad sobre patrimonio.

A manera de concluir esta administración departamental, determina los índices del proceso pretendido de acuerdo a la siguiente muestra de empresas del sector, clasificadas bajo el **LA SECCIÓN J: INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES**, donde se encuentra relacionada la clase **7310 del CIIU PUBLICIDAD**

NIT	Razón social de la sociedad	CIIU	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RCI	ROE	ROA
830136865	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	2,35	0,41	31049,25	0,03	0,02
900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	M7310 - Publicidad	1,11	0,80	4,76	1,19	0,28
830140775	TFCF CHANNELS COLOMBIA LTDA	M7310 - Publicidad	104,00	0,00	#¡DIV/0!	0,02	0,02
860504772	EFECTIMEDIOS SA	M7310 - Publicidad	1,33	0,45	43,71	0,27	0,32
800196312	VMLY&R COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	2,63	0,40	37,21	0,01	0,02
800095954	PUNTOMERCA MERCHANDISING S.A.	M7310 - Publicidad	3,13	0,33	2,27	0,08	0,05
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS	M7310 - Publicidad	7,94	0,56	3,41	0,06	0,05
800167898	JH HOYOS & ASOCIADOS SAS	M7310 - Publicidad	1,57	0,55	IND	0,12	0,07
802013501	INMOV SAS	M7310 - Publicidad	1,64	0,53	3,84	0,26	0,17
802023098	MERCADEO ESTRATEGICO SAS	M7310 - Publicidad	6,84	0,36	6,96	0,32	0,32
830004707	M B A S A S	M7310 - Publicidad	3,54	0,39	#¡DIV/0!	0,00	0,00
830013805	SILVA PUBLICIDAD S.A.S	M7310 - Publicidad	4,22	1,16	IND	0,09	0,02
830039532	central regional de medios sas	M7310 - Publicidad	0,35	0,52	#¡DIV/0!	-0,11	-0,29
830059566	OPTIMA TM SAS	M7310 - Publicidad	2,73	0,47	23,73	0,03	0,05
830067529	DISEÑO MDC SAS	M7310 - Publicidad	1,96	0,45	1,87	0,14	0,12
830109396	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA LTDA.	M7310 - Publicidad	3,99	0,23	#¡DIV/0!	-0,08	-0,07
830114289	AD ORANGE SAS	M7310 - Publicidad	0,55	0,88	IND	0,00	0,16
830118991	INVERSIONES TOLONIR SAS	M7310 - Publicidad	3,00	0,05	53,24	0,00	0,00
830125837	MASS DIGITAL SAS	M7310 - Publicidad	1,95	0,49	2292,98	0,00	0,00
830127077	IDEANDINA SAS	M7310 - Publicidad	3,90	0,21	#¡DIV/0!	0,10	0,10
830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TV SA	M7310 - Publicidad	1,55	0,42	2,96	-0,04	-0,02

830138621	CENTRAL FILMS SAS	M7310 - Publicidad	3,91	0,19	#¡DIV/0!	0,05	0,04
860033744	López Publicidad Exterior S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,56	0,28	#¡DIV/0!	0,00	0,00
860052606	MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA	M7310 - Publicidad	1,47	0,68	IND	0,15	0,05
900010096	MARKETING VALLAS SAS	M7310 - Publicidad	3,48	0,11	11871,19	0,14	0,00
900011228	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	M7310 - Publicidad	1,95	0,46	4,46	0,25	0,00
900012092	COMERCIALIZADORA IN SAS	M7310 - Publicidad	3,22	0,33	79642,03	0,00	0,00
900143206	EMOCION VISUAL SAS	M7310 - Publicidad	0,92	0,55	0,58	0,01	0,05
900214217	GOOGLE COLOMBIA LIMITADA	M7310 - Publicidad	2,38	0,31	#¡DIV/0!	-0,07	0,05
900264662	TALK WORD OF MOUTH SAS	M7310 - Publicidad	1,54	0,20	7,03	-0,03	-0,01
900373599	JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,62	0,18	IND	0,02	0,05
900394210	HERCAS PUBLICIDAD EXTERIOR	M7310 - Publicidad	3,30	0,28	7,81	0,16	0,16
900410870	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	1,30	0,76	#¡DIV/0!	0,00	0,00
900472350	BUSINESS TIGER SAS	M7310 - Publicidad	9,30	0,29	#¡DIV/0!	0,00	0,00
900520834	7GLAB SUCURSAL COLOMBIA	M7310 - Publicidad	0,07	1,03	3,66	-0,03	0,00
900524265	ARFACTORY COLOMBIA LTDA	M7310 - Publicidad	3,98	0,25	2,30	0,10	0,08
900639612	RED MAS COLOMBIA S.A.	M7310 - Publicidad	1,89	1,93	#¡DIV/0!	0,02	-0,02
900699647	DIGILABTRES COLOMBIA	M7310 - Publicidad	1,30	0,77	#¡DIV/0!	0,00	0,00
900808626	COMARCA MARKETING ADVERTISING S A S EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	6,17	0,57	48,68	0,11	0,04
900983664	IWALL COLOMBIA S.A.S	M7310 - Publicidad	3,28	1,66	#¡DIV/0!	-1,12	0,00
890926395	PEREZ Y VILLA SAS	M7310 - Publicidad	1,00	0,79	#¡DIV/0!	0,03	0,17
PROMEDIO			**5,22**	**0,52**	**INDETERMINADO**	**0,06**	**0,05**

Para efectos que exista mayor posibilidad de concurrencia al proceso se toman los resultados de la mediana por ser más favorables a los futuros oferentes.

INDICADORES DE CAPACIDAD FINANCIERA Y ORGANIZACIONAL SEGÚN MUESTRA

INDICADORES CAPACIDAD FINANCIERA Y ORGANIZACIONAL			
INDICADOR	**FORMULA**	**MARGEN SOLICITADO**	**CALCULO PARA CONSORCIOS O UNIONES TEMPORALES**
Liquidez	Activo Cte. / Pasivo Cte.	Mayor o igual a 5,22	$(ii)\ Indicador = \frac{\left(\sum_n Componente\ 1\ del\ indicador_i\ X\ porcentaje\ de\ participación_i\right)}{\left(\sum_n Componente\ 2\ del\ indicador_i\ X\ porcentaje\ de\ participación_i\right)}$
Endeudamiento	Pasivo Total / Activo Total	Menor o igual 0,52	
Razón De Cobertura De Intereses	Utilidad Operacional / Gastos de Intereses	INDETERMINADO	
Rentabilidad Del Patrimonio	Utilidad Operacional / Patrimonio	Mayor o igual a 0,06	
Rentabilidad Del Activo	Utilidad Operacional / ∑ Activos	Mayor o igual 0,05	

5. FUENTES DE INFORMACION

www.colombiacompraeficiente.gov.co
www.dane.gov.co

YILKA SHALIMAR DÍAZ PALACIO
Secretaria de Salud Departamental