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:	DIRECCIÓN DE TURISMO DEPARTAMENTAL
JEFE DIRECTO DEL AREA:	RAFAEL SEGUNDO ZUÑIGA DUARTE
MODALIDAD DE CONTRATACIÓN:	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA
TIPO DE CONTRATO:	PRESTACION DE SERVICIOS.
OBJETO	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES, PUBLICIDAD, MANEJO DE PLAN DE MEDIOS Y LOGISTICA PARA LAS ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS PARA INCENTIVAR Y FORTALECER EL TURÍSMO EN EL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA, EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO DENOMINADO "*APOYO A LA PROMOCIÓN DEL DEPARTAMENTO, COMO DESTINO TURÍSTICO NACIONAL "VIVE LA GUAJIRA 2024", DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA*"
PRESUPUESTO OFICIAL:	**TRESCIENTOS MILLONES DE PESOS ($300.000.000) 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.

Que, Colombia como Estado Social de Derecho, con autonomía administrativa y financiera de sus entidades territoriales, basada en la participación democrática y pluralista de sus habitantes y fundada en la dignidad humana, en el trabajo y en la prevalencia del interés general, busca entre sus fines servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la constitución, a través de la atención oportuna, eficiente y eficaz de cada uno de los funcionarios públicos.

Que de conformidad con el artículo 209 de la Constitución Política de Colombia, la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad,

eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones.

Que, en el marco Constitucional y legal previsto en la constitución política de 1991, que consagra la planeación en los organismos del Estado, en armonía con la Ley 152 de 1994, y los numerales 7 y 12 del artículo 25 de la Ley 80 de 1.993, este último numeral modificado por el articulo 87de la ley 1474 de 2011, Ley 1150 de 2007, reglamentado por el Decreto 1082 de 2015, conforman el cuerpo normativo que obliga a los servidores públicos a someter la contratación pública a requisitos de planificación que permitan el adecuado manejo del gasto público, y de otro lado, la satisfacción de las necesidades públicas y con ello el adecuado funcionamiento de los servicios públicos inmersos dentro de la administración estatal.

Que los Departamentos como entidad fundamental de la división político administrativo del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determina la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes.

Que el Departamento de La Guajira es una entidad territorial dotada de autonomía administrativa y financiera, patrimonio propio y personería jurídica, encargado en virtud de la Constitución Nacional de prestar los servicios públicos, construir las obras que demande el progreso departamental, ordenar el desarrollo territorial dentro del ámbito de su jurisdicción, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la constitución y las leyes.

Que la contratación, de manera general, busca que los fines estatales dispuestos en el artículo 3º de la Ley 80 de 1993, modificado por la Ley 1150 de 2007, según el cual los servidores públicos tendrán en consideración que al celebrar contratos y con la ejecución de los mismos, buscan el cumplimiento de la continua y eficiente prestación de los servicios públicos y la efectividad de los derechos e intereses de los administrados que colaboran con ella en la consecución de dichos fines. Los particulares, por su parte, tendrán en cuenta al celebrar y ejecutar contratos con las entidades estatales que colaboran con ellas en el logro de sus fines y cumplen una función social que, como tal, implica obligaciones.

Que de conformidad con la LEY 2068 DE 2020 Por la cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones, :

"ARTÍCULO 1. OBJETO. La presente ley tiene por objeto fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector.

"ARTÍCULO 2. Principios. Son principios rectores de la actividad turística los siguientes:

8. Desarrollo social, económico y cultural. La actividad turística, conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico que contribuye al desarrollo integral de las personas, de los seres sintientes y de los territorios y comunidades, que fomenta el aprovechamiento del tiempo libre y revaloriza la identidad cultural de las comunidades y se desarrolla con base en que todo ser humano y sintiente tiene derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.

9. Desarrollo sostenible. La actividad turística es un derecho social de las personas, que contribuye al bienestar del ser humano y se, desarrolla en observancia de los principios del desarrollo sostenible contemplados en el artículo 3 de la Ley 99 de 1993, o aquel que la adicione, modifique o sustituya.

La actividad turística deberá propender por la conservación e Integración del patrimonio cultural, natural y social, y en todo, caso, conducir al mejoramiento de la calidad de vida de la población, especialmente de las comunidades locales o receptoras, el bienestar social y el crecimiento económico, la satisfacción del visitante, sin agotar la base de los recursos naturales en que si sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus necesidad. [...]

ARTÍCULO 8. PLANES DE DESARROLLO SECTORIALES. Los Planes Sectoriales de Desarrollo Turístico de los que trata el artículo 17 de la Ley 300 de 1996 deberán incluir las políticas y disposiciones Inherentes a la conservación, preservación y restauración de los bienes públicos declarados atractivos turísticos, en especial aquellos que se encuentren en los municipios que hagan parte de la red de pueblos patrimonio, así como un plan de acción de turismo sostenible que contenga una estrategia para manejar integralmente los Impactos ambientales de la actividad turística en los territorios y velar por la sostenibilidad de los destinos turísticos.

Que mediante el proyecto de inversión denominado "APOYO A LA PROMOCIÓN DEL DEPARTAMENTO, COMO DESTINO TURÍSTICO NACIONAL "VIVE LA GUAJIRA 2024", DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA, bajo el código BPIN 2024002440028-Territorial, se justifica que:

"… El Estado Colombiano debe ser considerado como una fuente de instrumentos eficaces para asegurar la vigencia del Estado Social y Democrático de Derecho, garantizando la plenitud de los derechos y libertades fundamentales reconocidos en la Constitución Política y en los Tratados Internacionales ratificados por Colombia. Su objetivo es establecer un orden social justo que asegure la convivencia pacífica y proteja los derechos y libertades de todos los individuos. Además, el Estado debe adoptar medidas a favor de grupos discriminados o marginados, buscando lograr condiciones de igualdad real y ofrecer a todas las mismas oportunidades para su desarrollo personal, familiar y social. En este contexto, se articulan el Plan Nacional de Desarrollo y los entes territoriales, con el propósito de fortalecer las competencias del departamento de La Guajira para prestar un mejor servicio turístico y mejorar sus ingresos.

1.1.1. Diagnóstico de la Problemática en el Departamento.

La Guajira a pesar de ser un territorio privilegiado por su ubicación geográfica donde se dan las condiciones necesarias para llevar a cabo actividades de turismo, también es un destino con demasiadas potencialidades, pero a la vez con muchas debilidades. Uno de los principales factores que contribuyen a esta debilidad es la insuficiente promoción y publicidad del destino con muy pocas campañas de marketing en medios de comunicación, plataformas digitales y ferias turísticas que sean efectivas a nivel regional y nacional, con las que se puedan resaltar los atractivos turísticos del departamento, está limitada visibilidad del destino impide que la información llegue a más personas interesadas en destinos turístico como el de La Guajira.

Por otro lado, hay que reconocer que La Guajira cuenta con una infraestructura turística insuficiente en términos de alojamiento, transporte y servicios turísticos que de una u otra manera afecta negativamente la experiencia de los turistas desincentivando la difusión positiva a través de recomendaciones y la voz a voz.

En relación con lo anteriormente mencionado, se deriva la limitada variedad de productos turísticos diseñados para atraer a diferentes tipos de turistas. Esto se traduce en muy pocos paquetes turísticos que resalten la diversidad cultural, gastronómica, ecológica y con demás atributos, haciendo que la oferta turística sea menos competitiva en comparación con otros destinos más promocionados.

No obstante, el departamento de La Guajira ha venido realizando valiosos esfuerzos a través de la Dirección Administrativa de Turismo Departamental para la coordinación entre actores locales y gubernamentales, prestadores de servicios turísticos que representan el sector privado, comunidades locales y demás miembros interesados; los cuales no han sido suficientes para lograr una estrategia conjunta para el desarrollo turístico y el posicionamiento efectivo como un destino turístico.

En consecuencia, a todo lo anterior se le suma quizás una de las causas principales de que exista ese bajo nivel de conocimiento de los destinos turísticos de La Guajira por parte del gran espectro del turista interesado en visitar este departamento, es la limitada infraestructura vial y la conectividad indirecta con otros destinos más fuertes etc.

En conclusión, se puede decir que, al existir ese bajo conocimiento por parte de los turistas de los destinos turísticos del departamento de La Guajira, también se refleja negativamente en el desarrollo económico de las comunidades locales que dependen directamente del turismo. En síntesis, esto representa una barrera al crecimiento económico del sector turismo del departamento.

1.1.2. Justificación del Proyecto.

Este proyecto surge con el objetivo de promover los destinos turísticos del norte, centro y sur de La Guajira que permitan su posicionamiento a nivel nacional. Su finalidad es realizar campañas de promoción y difusión turística de los destinos turísticos del departamento de La Guajira, aumentar estrategias para la promoción y posicionamiento del potencial turístico del departamento de La Guajira, aumentar innovación tecnológica y con enfoque en marketing para posicionar el departamento de La Guajira como un destino turístico, articular las acciones que se efectúan en el sector turismo, aumentar comunicación y colaboración entre los actores locales para gestionar proyectos que satisfagan las necesidades reales del sector turismo y mejorar la visión estratégica común para el desarrollo turístico de La Guajira. Se espera que con la participación en los eventos y las diferentes estrategias de mercadeo y promoción, se dinamice el sector turístico en La Guajira con la promoción y visibilizarían los productos turísticos de La Guajira a nivel nacional e internacional que incremente la afluencia de turistas a La Guajira.
Una vez definido desde el contexto poblacional de La Guajira, aquellos directamente relacionados con la operación y el desarrollo del sector Turismo, la Dirección Departamental de Turismo definió el número de beneficiarios directos que impactarán la ejecución del proyecto. Éstos representan un cubrimiento de 178.595 personas, es decir el 17,58 %, del total de la población.

Con la ejecución del presente proyecto se espera aprovechar las oportunidades para dar a conocer el destino turístico de La Guajira en escenarios regionales, nacionales e internacionales; y elevar la afluencia de turistas en La Guajira en relación con el potencial turístico que tiene el Departamento.

Para la consecución de este objetivo se plantea las siguientes acciones:

- REALIZAR CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DEL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA.
- AUMENTAR ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA.
- AUMENTAR INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y CON ENFOQUE EN MARKETING PARA POSICIONAR EL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA COMO UN DESTINO TURÍSTICO.
- ARTICULAR LAS ACCIONES QUE SE EFECTÚAN EN EL SECTOR TURISMO.
- AUMENTAR COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN ENTRE LOS ACTORES LOCALES PARA GESTIONAR PROYECTOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES REALES DEL SECTOR TURISMO.
- MEJORAR LA VISIÓN ESTRATÉGICA COMÚN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA GUAJIRA.

En conclusión, se pretende fortalecer sus competencias para prestar un mejor servicio turístico y mejorar sus ingresos.
La Dirección Administrativa de Turismo del departamento de La Guajira, es la dependencia de la administración departamental encargada de implementar políticas institucionales en la adopción de planes, programas y proyectos en el sector turístico, que logre dar soluciones a problemas existentes, y encontrar oportunidades para la competitividad y el desarrollo económico sostenible del Departamento conexo al Plan de Desarrollo Nacional y Departamental de La Guajira.

1.1.3. Relación y Correspondencia con el Plan de Desarrollo Departamental 2024-2027

El proyecto denominado “APOYO A LA PROMOCIÓN DEL DEPARTAMENTO, COMO DESTINO TURÍSTICO NACIONAL "VIVE LA GUAJIRA 2024", DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA”, y el contrato a suscribir derivado de este, tiene correspondencia directa con el Plan de Desarrollo Departamental 2024-2027 “Cumpliendo la Palabra”, en las siguientes líneas, programas y objetivos incluidos dentro del PDD:
a-.) Línea Estratégica 4:
b-.) Ítem 2.4.2.2.
c-.) Programa: Productividad y competitiva de las empresas colombianas.
d-.) Indicador de Producto: Promoción del destino La Guajira en eventos promocionales, ruedas de negocios y o ferias y o vitrinas turísticas y o portales web.
e-.) Meta: Uno (1), Unidad (número).

1.1.4. Alternativas Frente a la Necesidad Planteada, Beneficio de la suscripción de un Convenio de Asociación.

El departamento de La Guajira, con una extensión de 20.848 Km2, limita por el norte con el mar Caribe, por el oriente con la República de Venezuela, por el occidente y el sur con los departamentos de Cesar y Magdalena. La Guajira está integrada por 15 municipios, en los que según el censo poblacional habitan 1.012.926 personas en zona urbana y rural. Su capital, Riohacha, tiene la mayor concentración poblacional con 304.925 personas (28% del total), distribuida en 246.989 habitantes en el casco urbano y 57.936 en la zona rural. La población es predominantemente indígena y el 80 % pertenece a la etnia Wayuú.

El departamento está conformado por la península de La Guajira y parte de las estribaciones orientales de la Sierra Nevada de Santa Marta; en la zona peninsular, se encuentran unas pequeñas serranías, cuyas alturas no pasan los 650 metros sobre el nivel del mar y que llevan los nombres de Cocinas, Jarara y Macuira.

En cuanto a las vías de comunicación, existe una carretera que comunica a Riohacha con los municipios de Maicao en la frontera con Venezuela, Hato Nuevo, Barrancas, Fonseca, San Juan, Villanueva y la Troncal del Oriente; por el occidente, otra vía conecta a Barranquilla (Atlántico) y Santa Marta (Magdalena) con los municipios de Dibulla, Riohacha, Maicao y la ciudad fronteriza de Paraguachón en Venezuela.

Tradicionalmente, el departamento se ha dividido en la Alta, Media y Baja Guajira. Los municipios de la Alta Guajira son Uribia, Maicao, Manaure y Albania; en la Media Guajira, se ubican Riohacha, Dibulla y Hatonuevo y en la Baja, Barrancas, Fonseca, Distracción, San Juan, Villanueva, El Molino, Urumita y La Jagua del Pilar.

La riqueza paisajística, natural y cultural hacen que la potencialidad de La Guajira se magnifique como destino turístico, y desde el ente administrativo dicha potencialidad se enfoca en la promoción turística de los quince municipios, por lo tanto, la cobertura y su impacto está dado a nivel departamental.

Considerando lo anterior, se hace necesario que la entidad contrate a una persona jurídica o natural con experiencia en la gestión y operación de actividades turísticas, así como en el diseño y ejecución de estrategias de comunicación y promoción. Esto permitirá garantizar la producción de contenidos relevantes, atractivos y efectivos, enfocados en posicionar a La Guajira como un destino turístico destacado. Este esfuerzo busca incrementar el flujo de visitantes y el ingreso de turistas, generando así un impacto positivo en la economía local y beneficios significativos para el desarrollo del departamento.

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

ANÁLISIS ECONÓMICO

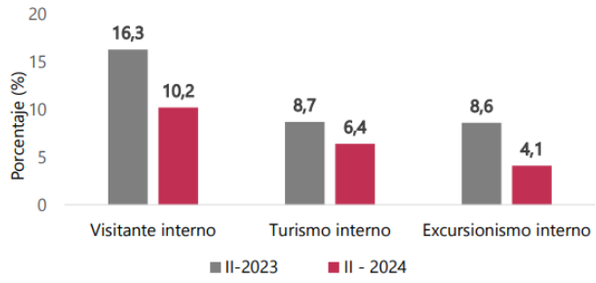
- **Encuesta Mensual de Gasto Interno en Turismo (EGIT))**

En agosto de 2003 el DANE y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, aplicaron la segunda Encuesta de Turismo a Hogares particulares residentes en Colombia (ETUR), con el objetivo de generar información para cuantificar la demanda de servicios turísticos de origen interno, sus características y establecer indicadores relacionados con el turismo interno realizado por los residentes en el territorio colombiano.

Porcentaje de visitantes internos, turismo interno y excursionismo interno Total 24 ciudades y áreas metropolitanas II trimestre (2023-2024)

Segundo Trimestre 2024

Gráfico 1. Porcentaje de visitantes internos, turismo interno y excursionismo interno
Total 24 ciudades y áreas metropolitanas
II trimestre (2023-2024)

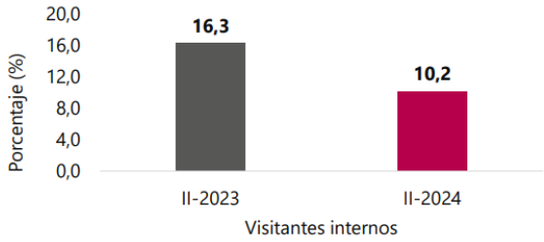


Fuente: DANE, EGIT.

- **Visitante interno**

Para el segundo trimestre del año 2024, en el total 24 ciudades y áreas metropolitanas, el 10,2% de las personas de 10 años y más realizaron turismo interno y/o excursionismo, lo que representó una disminución de 6,1 puntos porcentuales frente al mismo periodo del año 2023 (16,3%).

Gráfico 2. Población que realizó turismo interno y/o excursionismo (porcentaje) Total 24 ciudades y áreas metropolitanas II trimestre (2023-2024)

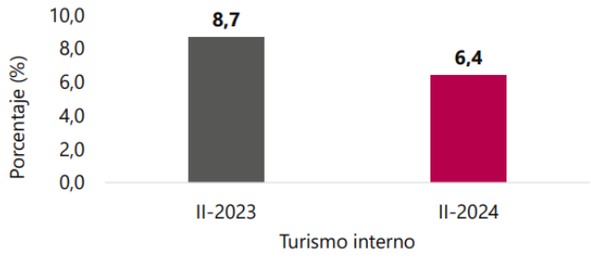


Fuente: DANE, EGIT.
Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

- **Turismo interno**

Para el segundo trimestre del año 2024, en el total 24 ciudades y áreas metropolitanas, el 6,4% de las personas de 10 años y más realizaron turismo interno, lo que representó una disminución de 2,2 puntos porcentuales frente al mismo periodo del año 2023 (8,7%).

Gráfico 3. Población que realizó turismo interno (porcentaje) Total 24 ciudades y áreas metropolitanas II trimestre (2023-2024)



Fuente: DANE, EGIT.
Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

- **Gasto en turismo interno**

Para el total 24 ciudades y áreas metropolitanas en el segundo trimestre del año 2024, el gasto promedio per cápita día del total de personas que viajaron por turismo dentro del país fue $137.801. El rubro en el que más gastaron en promedio los turistas fue en alimentos y bebidas destinando $43.118, seguido por el rubro de transporte terrestre (hacia y desde el destino) con $25.808 por día. El gasto promedio per cápita día en el segundo trimestre del año 2024 tuvo una variación del 7,1% frente al mismo periodo de 2023, la cual se explica por la contribución del rubro de transporte terrestre (hacia y desde el destino) que contribuyó con 3,7 puntos porcentuales.

Tabla 5. Gasto promedio per cápita día del total de personas que viajaron (pesos) Total 24 ciudades y áreas metropolitanas II trimestre (2024-2023)

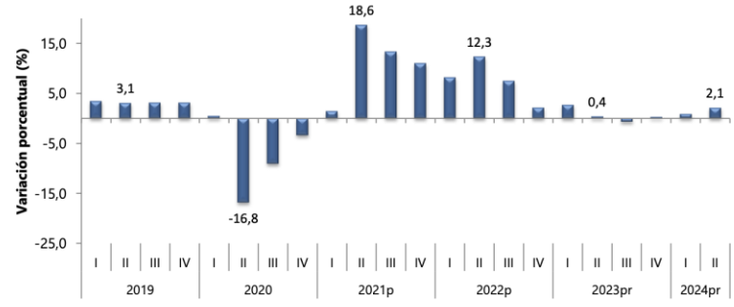
Rubros de gasto	Total 24 ciudades y áreas metropolitanas				
	II-2023	II-2024	Diferencia (2024-2023)	Variación (%) (2024-2023)	Contribución (p.p) (2024-2023)
Gasto promedio per cápita día	**128.681**	**137.801**	**9.120**	**7,1**	**7,1**
Transporte Terrestre (Hacia y desde el destino)	21.027	25.808	4.781	22,7	3,7
Alojamiento	20.184	24.212	4.028	20,0	3,1
Alimentos y bebidas	39.227	43.118	3.891	9,9	3,0
Transporte público en el lugar visitado	1.820	2.730	910	50,0	0,7
Transporte aéreo (Hacia y desde el destino)	21.958	21.531	-427	-1,9	-0,3
Servicios culturales y recreacionales	8.143	7.292	-851	-10,5	-0,7
Souvenirs, artesanías, y/o regalos	6.726	5.053	-1.674	-24,9	-1,3
Bienes de uso personal	6.699	2.700	-3.999	-59,7	-3,1
Otros gastos relacionados con el viaje	2.897	5.357	2.460	84,9	1,9

Fuente: DANE, EGIT.
* Cifra con CVE superior a 15%. Concepto técnico: los coeficientes de variación estimados (CVE) permiten evaluar la precisión de las estimaciones. Se pueden considerar excelentes si están entre 0% y 5%, buenos si están entre 5% y 10%, aceptables entre 10% y 15%. Cuando un CVE supera el 15% se recomienda usar la estimación con fines descriptivos (tendencias) ya que esta no es muy precisa.

- **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

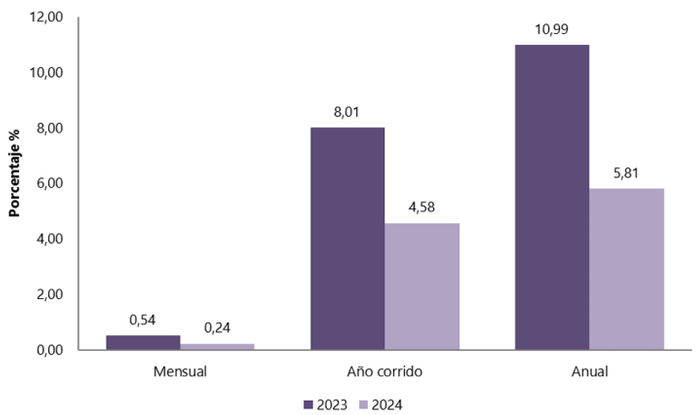
Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2024pr-II / 2023pr-II	2024pr / 2023pr	2024pr-II / 2024pr-I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	10,2	8,0	1,5
Explotación de minas y canteras	-3,3	-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

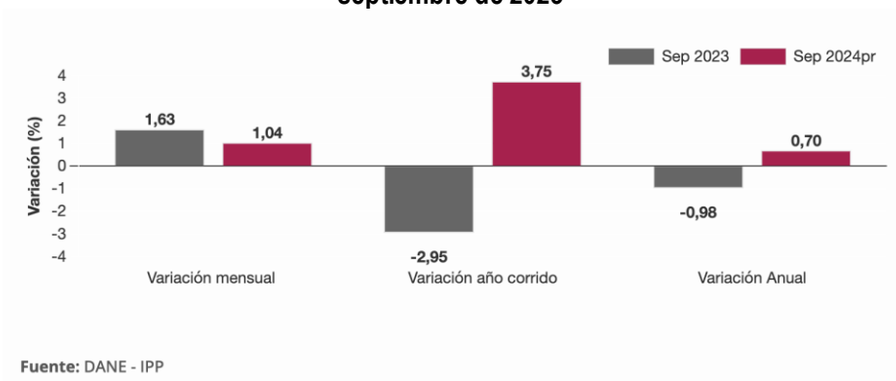
Divisiones de Gasto	Peso (%)	2023 Variación (%)	2023 Contribución Puntos Porcentuales	2024 Variación (%)	2024 Contribución Puntos Porcentuales
Educación	4,41	1,79	0,07	1,93	0,08
Restaurantes y hoteles	9,43	0,28	0,03	0,49	0,05
Salud	1,71	0,46	0,01	0,29	0,00
Transporte	12,93	0,67	0,09	0,24	0,03
TOTAL	100,00	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)**

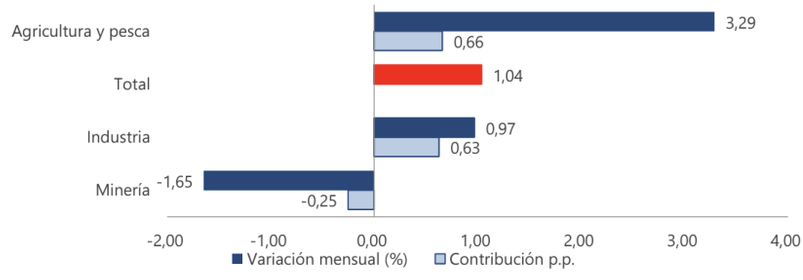
El IPP de la producción nacional, en septiembre de 2024 presentó una variación de 1,04% respecto a septiembre de 2024

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



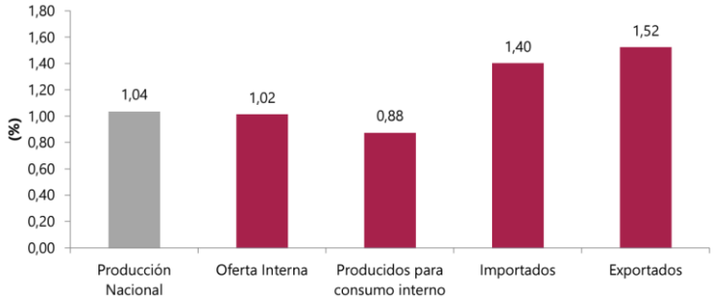
Fuente: DANE - IPP

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

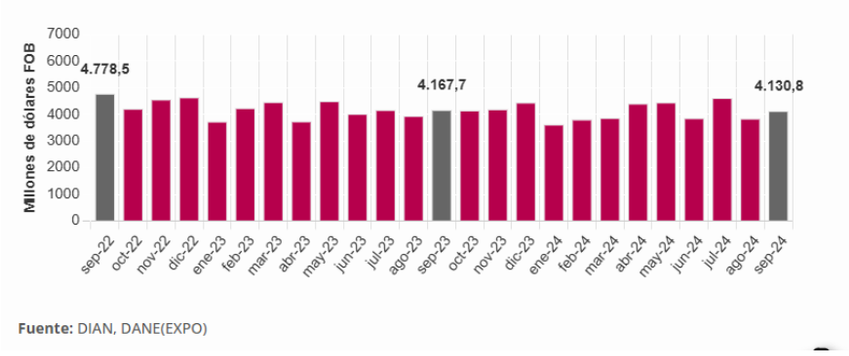
[1]Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo.

[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 septiembre de 2024 las ventas externas del país fueron US$4.130,8 millones FOB y presentaron una disminución de 0,9% en relación con septiembre de 2023; este resultado se debió principalmente a la caída de 18,6% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas.

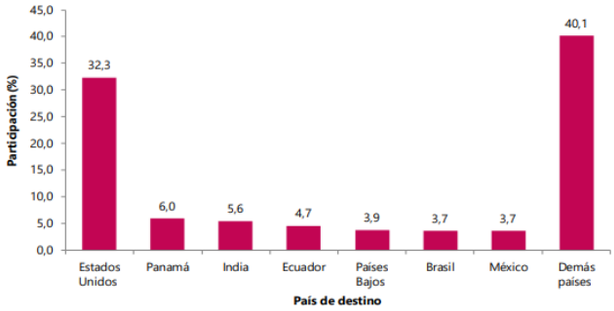


Fuente: DIAN, DANE(EXPO)

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en septiembre de 2024 las ventas externas del país fueron US$4.130,8 millones FOB y presentaron una disminución de 0,9% en relación con septiembre de 2023; este resultado se debió principalmente a la caída de 18,6% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas. En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 44,7% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Agropecuarios, alimentos y bebidas con 23,1%, Manufacturas con 22,0%, y Otros sectores con 10,1%.

En septiembre de 2024 se exportaron 15,0 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó un crecimiento de 1,6% frente a septiembre de 2023

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

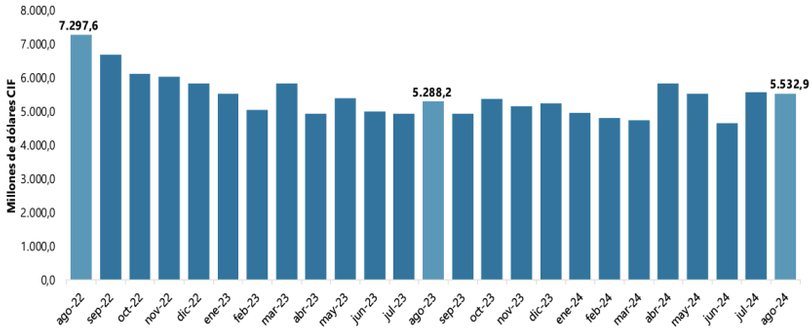


Fuente: DIAN - DANE (EXPO)
ᵖ Cifra preliminar

- **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%

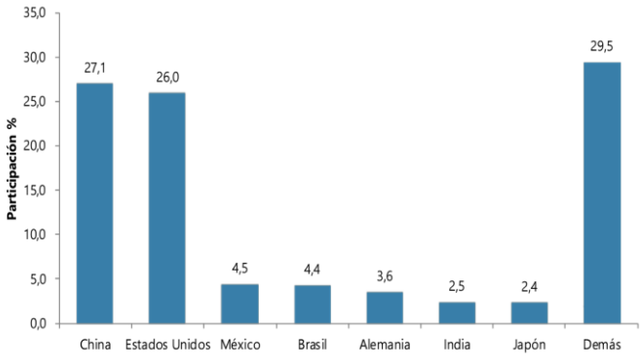
Valor CIF de las importaciones (Millones de dólares CIF) Total Nacional Agosto (2022-2024)p



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 el servicio 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:

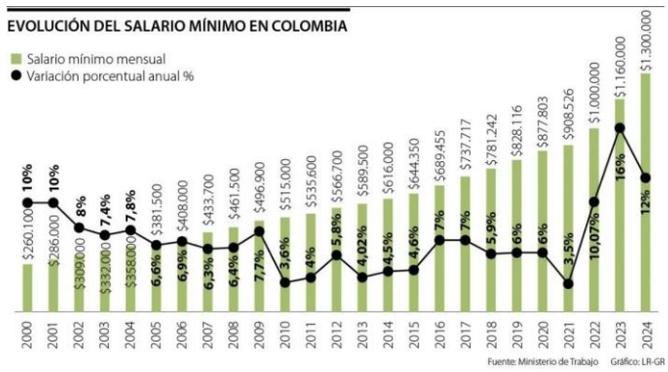
TRM	COP $4.252,15 ↑
DTF	9,46% ↓
Desempleo nacional	12,7% ↑
Desempleo urbano	10,0% ↓
Inflación mensual	3,24% ↑
Inflación anual	5,81% ↓

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)



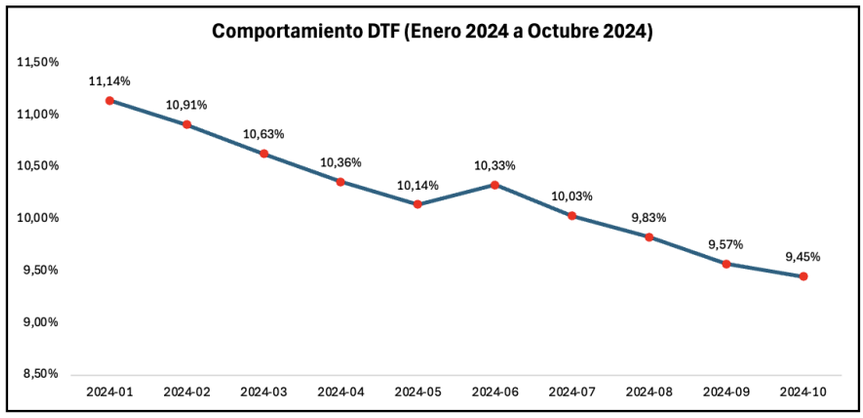
El salario mínimo para el año 2024 quedó establecido en concertación de los gremios, empresas y estado en $1.300.000 pesos con un auxilio de transporte de $162.000 pesos, es decir, un total de $1.462.000 pesos de salario más el auxilio de transporte.

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.



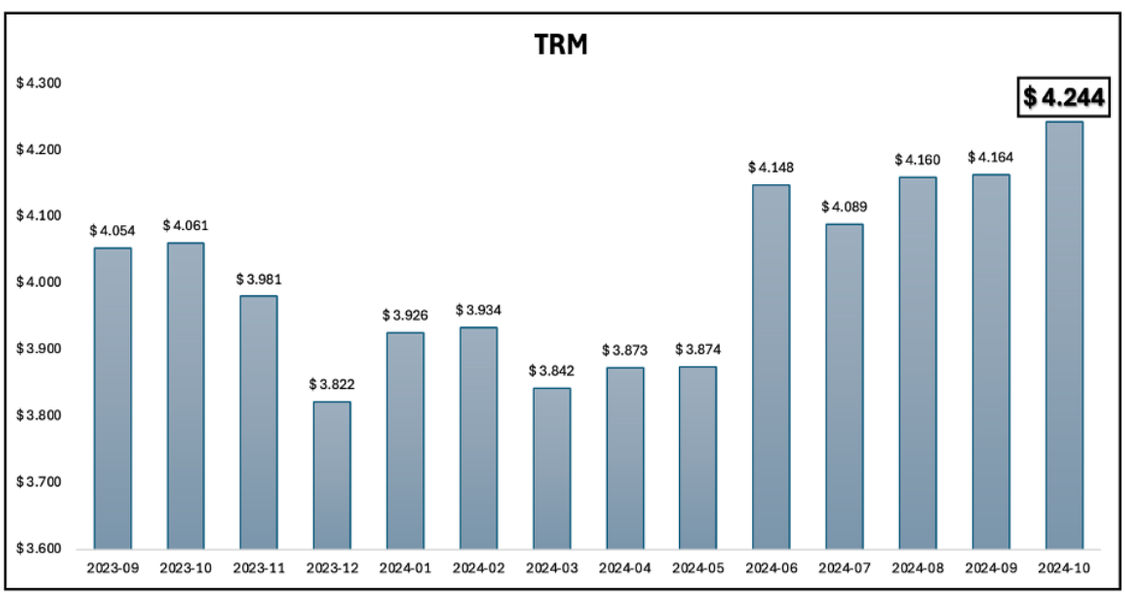
- **Tasa Representativa del Mercado – TRM**

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**

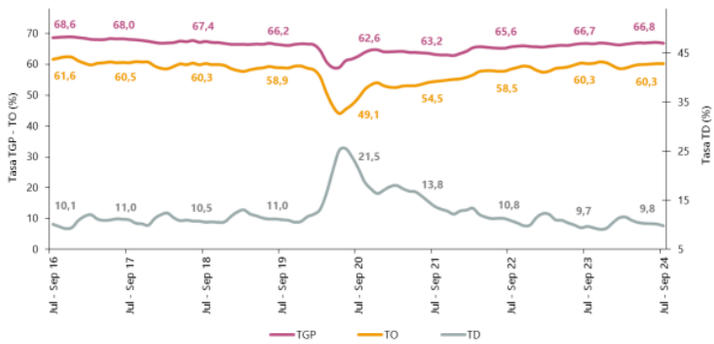
En septiembre de 2024, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 9,2%, mientras que en el mismo mes de 2023 fue 9,6%. La tasa global de participación se ubicó en 66,2% y la tasa de ocupación en 60,1%, en septiembre de 2023 estas tasas fueron 66,6% y 60,2%, respectivamente.

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



Fuente: DANE, GEIH.
Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.
Nota: cifras aproximadas a un decimal.

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

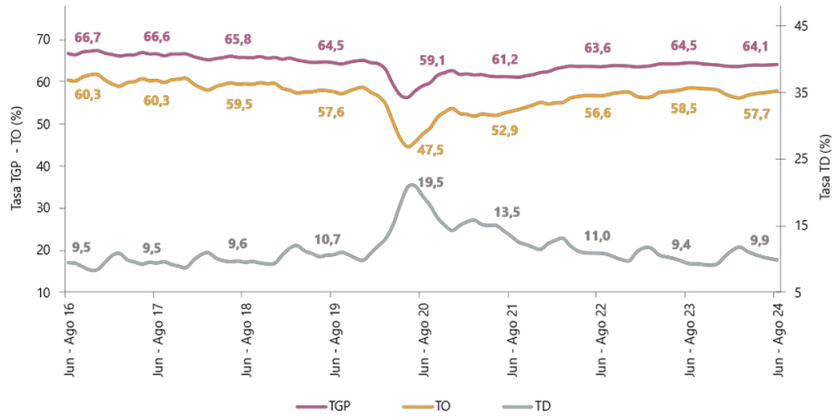


Fuente: DANE, GEIH.
Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.
Nota: cifras aproximadas a un decimal.

- 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 trimestre julio - septiembre 2024, la tasa de desocupación de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 9,8%, mientras que en el mismo periodo del año anterior se ubicó en 9,7%. La tasa global de participación fue 66,8% y la tasa de ocupación 60,3%, en el trimestre julio – septiembre 2023 estas tasas fueron 66,7% y 60,3%, respectivamente.

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



Fuente: DANE, GEIH.

- **Población según Rama de Actividad**

En el mes de septiembre de 2024, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 23.213 miles de personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos (0,8 puntos porcentuales); Alojamiento y servicios de comida (0,6 puntos porcentuales) y Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (0,4 puntos porcentuales).

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

Rama de actividad	Total nacional				
	Septiembre 2023	Septiembre 2024	Distribución % 2024	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.107**	**23.213**	**100**	**107**	
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.747	1.923	8,3	176	0,8
Alojamiento y servicios de comida	1.621	1.758	7,6	137	0,6
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.152	3.249	14,0	97	0,4
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^	637	726	3,1	89	0,4
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	1.986	1.997	8,6	11	0,0
Comercio y reparación de vehículos	4.050	4.058	17,5	8	0,0
Actividades inmobiliarias	283	255	1,1	-28	-0,1
Construcción	1.526	1.495	6,4	-32	-0,1
Industrias manufactureras	2.467	2.429	10,5	-38	-0,2
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.854	2.809	12,1	-45	-0,2
Actividades financieras y de seguros	399	347	1,5	-53	-0,2
Información y comunicaciones	479	380	1,6	-99	-0,4
Transporte y almacenamiento	1.902	1.788	7,7	-114	-0,5

Fuente: DANE, GEIH.
p.p.: puntos porcentuales.
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^ incluye la rama de Explotación de minas y canteras.
Nota: por aproximación de decimales y la no inclusión de la categoría "No informa", la suma de las poblaciones, distribuciones y contribuciones puede diferir ligeramente con la información del anexo estadístico.
Nota: poblaciones en miles.
Nota: las ramas de actividad económica están definidas con base en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme -CIIU Rev. 4 A.C.

- **Población ocupada según posición ocupacional**

En septiembre 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 0,9 y 0,3 puntos porcentuales, respectivamente.

.

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

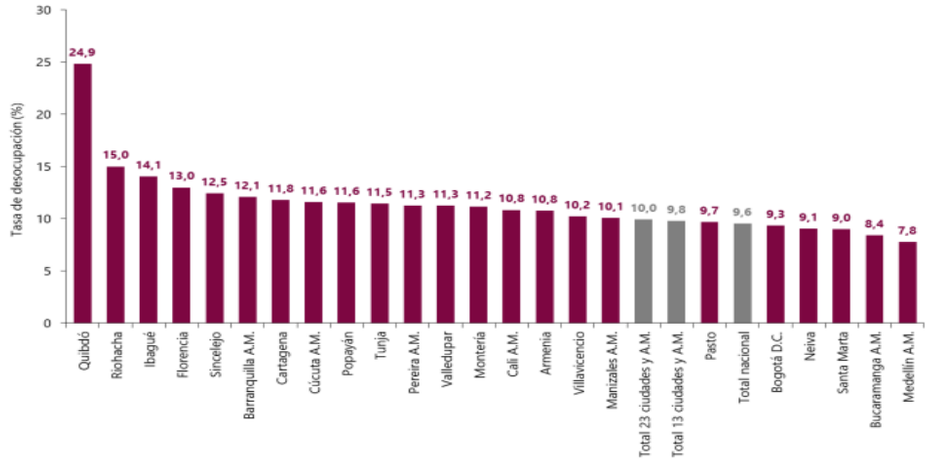
Posición ocupacional	Total nacional				
	Septiembre 2023	Septiembre 2024	Distribución % 2024	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.107**	**23.213**	**100**	**107**	
Obrero, empleado particular	10.008	10.215	44,0	207	0,9
Trabajador por cuenta propia	9.621	9.695	41,8	74	0,3
Empleado doméstico	666	689	3,0	23	0,1
Trabajador familiar sin remuneración	451	458	2,0	6	0,0
Jornalero o Peón	700	705	3,0	5	0,0
Patrón o empleador	651	568	2,4	-83	-0,4
Obrero, empleado del gobierno	993	878	3,8	-116	-0,5

Fuente: DANE, GEIH.
p.p.: puntos porcentuales.
Nota: por aproximación de decimales y la no inclusión de la categoría "Otro", la suma de las poblaciones, distribuciones y contribuciones puede diferir ligeramente con la información del anexo estadístico.
Nota: poblaciones en miles.

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

Para el trimestre julio - septiembre 2024, de las 23 ciudades y áreas metropolitanas, las que presentaron mayores tasas de desocupación fueron: Quibdó (24,9%), Riohacha (15,0%) e Ibagué (14,1%). Las ciudades con menor tasa de desocupación fueron: Santa Marta (9,0%), Bucaramanga A.M. (8,4%) y Medellín A.M. (7,8%)..

Tasa de desocupación según ciudades Total nacional y 23 ciudades y áreas metropolitanas Ju lio – septiembre 2024



Fuente: DANE, GEIH.
A.M.: área metropolitana

- **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
Prpreliminar
Pprovisional

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.

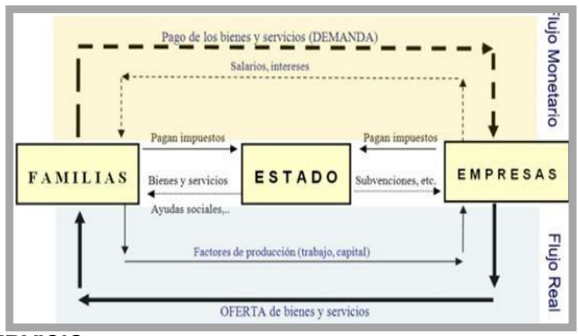
Fluctuaciones del valor de las materias primas y costos de producción

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

ITEMS	DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNITARIO CON IVA	VALOR TOTAL
1	**TRANSPORTE** **Traslados aéreos** Vuelos nacionales ida y regreso (Bogotá u otras ciudades principales hacia Riohacha) para (3) periodistas y (3) influenciadores. El perfil de los influenciadores deben estar relacionado en el sector de viajes y turismo, con contenido enfocado en: 1. Naturaleza y aventura. 2. Cultura y tradiciones locales. 3. Gastronomía y experiencias únicas. Preferencia por aquellos que han trabajado previamente en campañas similares y tienen experiencia promoviendo destinos nacionales. El perfil de los periodistas para promover La Guajira en el Sector Turismo: 1. Experiencia en coberturas de turismo, estilo de vida o cultura. 2. Publicaciones o colaboraciones con medios especializados en viajes, revistas, periódicos o portales web. Este perfil garantiza que el periodista pueda no solo destacar los atributos turísticos de La Guajira, sino también generar un impacto positivo en la percepción del destino.	12	$ 430.000	$ 5.160.000
2	**TRANSPORTE** **Hotel-Aeropuerto-Hotel en Riohacha** Detalles del Servicio de Transporte: Trayecto: Ida: Aeropuerto Almirante Padilla de Riohacha → Hotel (día de llegada). Vuelta: Hotel → Aeropuerto Almirante Padilla de Riohacha (día de salida). Vehículo Requerido: Transporte en una van o microbús con capacidad para 10 personas, equipaje, más el equipo de producción.	1	$ 400.000	$ 400.000

3	**ALOJAMIENTO** Hospedaje en hoteles categoría media (3 estrellas) con desayuno incluido en el departamento de La Guajira, en el municipio de San Juan del Cesar para (3) periodistas y (3) influenciadores del sector turismo que crean contenido relacionado con viajes, destinos, experiencias turísticas y servicios relacionados, utilizando plataformas digitales como Instagram, TikTok y YouTube. Su objetivo principal es inspirar, informar y motivar a sus audiencias a explorar nuevos lugares y servicios turísticos en el departamento de La Guajira. Duración: 1 noches. Total: 10 personas, (3) periodistas y (3) influenciadores, 3 del equipo de producción y un coordinador.	10	$ 250.000	$ 2.500.000
4	**ALOJAMIENTO** Hospedaje en hoteles categoría media (3 estrellas) con desayuno incluido en el departamento de La Guajira, en el municipio de Uribia, para (3) periodistas y (3) influenciadores del sector turismo que crean contenido relacionado con viajes, destinos, experiencias turísticas y servicios relacionados, utilizando plataformas digitales como Instagram, TikTok y YouTube. Su objetivo principal es inspirar, informar y motivar a sus audiencias a explorar nuevos lugares y servicios turísticos en el departamento de La Guajira. Duración: 1 noches. Total: 10 personas, (3) periodistas y (3) influenciadores, 3 del equipo de producción y un coordinador.	10	$ 250.000	$ 2.500.000
5	**ALOJAMIENTO** Hospedaje en hoteles categoría media (3 estrellas) con desayuno incluido en el departamento de La Guajira, en el distrito de Riohacha, para (3) periodistas y (3) influenciadores del sector turismo que crean contenido relacionado con viajes, destinos, experiencias turísticas y servicios relacionados, utilizando plataformas digitales como Instagram, TikTok y YouTube. Su objetivo principal es inspirar, informar y motivar a sus audiencias a explorar nuevos lugares y servicios turísticos en el departamento de La Guajira. Duración: 2 noches. Total: 10 personas, (3) periodistas y (3) influenciadores, 3 del equipo de producción y un coordinador.	20	$ 250.000	$ 5.000.000
6	**ALIMENTACIÓN** Almuerzos, cenas, hidratación y refrigerios (restaurantes locales y comidas típicas) Número de comidas: 10 por persona (2 comidas más hidratación y refrigerios por día x 5 días) Total: 10 personas, (3) periodistas y (3) influenciadores, 3 del equipo de producción y un coordinador.	10	$ 500.000	$ 5.000.000
7	**TRASLADOS TERRESTRES** Transporte: 3 vehículos tipo van o 4x4 por cinco (5) días. Proveer movilidad para (3) periodistas y (3) influenciadores, 3 personas del equipo de producción y un coordinador durante el viaje de familiarización, visitando a los principales atractivos turísticos del departamento de La Guajira, desde la zona norte extrema, media y el sur.	3	$ 3.000.000	$ 9.000.000
8	**ENTRADAS A SITIOS TURÍSTICOS Y GUIANZA TURÍSTICA** Incluye el acceso a los principales atractivos turísticos del departamento de La Guajira, abarcando las zonas norte extrema, media y sur, con guianza especializada para enriquecer la experiencia y garantizar un conocimiento profundo de cada destino.	6	$ 250.000	$ 1.500.000
9	Seguros de viaje para seis (6) periodistas e influencers.	6	$ 25.000	$ 150.000
10	**PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DEL VIDEO PROMOCIONAL** Realizar tres (3) videos promocionales que destaquen los principales atractivos turísticos del departamento de La Guajira, desde el extremo norte, pasando por la zona media, hasta el sur, con énfasis en sus paisajes, cultura, gastronomía y	3	$ 20.000.000	$ 60.000.000

	experiencias únicas dirigido a turistas nacionales e internacionales, con potencial de distribución en redes sociales, sitios web y eventos promocionales. **Zona norte extrema:** Punta Gallinas (dunas de Taroa y faro). Bahía Hondita y playas vírgenes. Comunidad Wayuu, su cultura, tejidos y gastronomía. **Zona media:** Cabo de la Vela (Pilón de Azúcar, playas, kiteboarding). Salinas de Manaure. Rancherías y tradiciones Wayuu. **Zona sur:** Santuario de fauna y flora Los Flamencos. Riohacha (malecón, plaza Padilla). Festival de música o evento cultural representativo. **Técnicas de grabación:** Planos generales (aéreos y terrestres) de los paisajes. Planos detalle de actividades culturales, comida típica y artesanías. Toma de testimonios breves de locales o guías turísticos para humanizar la experiencia. **Duración del video**: 30 segundos **Resolución:** 4K Ultra HD			
11	**PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSPRODUCCIÓN DEL VIDEO PROMOCIONAL** Realizar un (1) video promocional que destaque las historias y experiencias culturales a través de las narrativas Wayuu donde se pueda mostrar la vida cotidiana de las comunidades, resaltando sus tradiciones, artesanías, danzas y gastronomía, así mismo poder documentar los eventos tradicionales como el Festival de la Cultura Wayuu o celebraciones locales y destacar la promoción del turismo sostenible, resaltando iniciativas de turismo responsable que contribuyan al bienestar de las comunidades locales y a la preservación del medio ambiente **Duración del video**: 2 minutos **Resolución:** 4K Ultra HD	1	$ 34.000.000	$ 34.000.000
12	**PAUTA EN EL SIGUIENTE MEDIO**: **Televisión regional con cobertura nacional.** **Contenido**: Un video promocional que destaque los principales atractivos turísticos del departamento de La Guajira, con énfasis en sus paisajes, cultura, gastronomía y experiencias únicas dirigido a turistas nacionales e internacionales. **Duración de las pautas:** 30 segundos. **Frecuencia mínima:** 1 vez por día durante una semana.	1	$ 80.000.000	$ 80.000.000
13	**PAUTA EN EL SIGUIENTE MEDIO:** **Vallas de aeropuertos.** Presencia en aeropuertos estratégicos: Bogotá (para captar turistas nacionales e internacionales) Contenido: Una valla promocional que destaque los principales atractivos turísticos del departamento de La Guajira, con énfasis en sus paisajes, cultura, gastronomía y experiencias únicas dirigido a turistas nacionales e internacionales. **Duración:** 1 mes.	1	$ 50.200.000	$ 50.200.000
14	**PAUTA EN EL SIGUIENTE MEDIO:** **Radio departamental.** **Contenido:** Diseño y producción de cuñas radiales enfocadas en la promoción del turismo en el departamento de La Guajira, destacando su riqueza cultural, sus paisajes únicos, y la experiencia de sus principales atractivos turísticos. **Duración:** 15 segundos por cuña. **Frecuencia:** Mínimo 50 cuñas distribuidas en horarios de alta audiencia (mañana y tarde) durante una semana. 30	350	$ 60.000	$ 21.000.000

15	**PAUTA DIGITAL Y REDES SOCIALES**. **Redes sociales:** Facebook, Instagram, TikTok y YouTube para videos promocionales y Reels. **Facebook e Instagram:** 3 anuncios en formato carrusel, imágenes y un (1) video promocional que destaque las historias y experiencias culturales a través de las narrativas Wayuu donde se pueda mostrar la vida cotidiana de las comunidades, resaltando sus tradiciones, artesanías, danzas y gastronomía, con duración de 2 minuto. **YouTube:** 3 campañas pre-roll con videos promocionales que destaquen los principales atractivos turísticos del departamento de La Guajira de 30 segundos. **TikTok:** 3 campañas con videos promocionales que destaquen los principales atractivos turísticos del departamento de La Guajira de 30 segundos.	10	$ 1.000.000	$ 10.000.000
16	Material publicitario "Mugs" para entregar en las activaciones BTL y ruedas de negocios para la promoción del departamento de La Guajira. **CARACTERISTICAS:** Cantidad: 1 Unidad Terminado: Estampado a full color Diseño: Personalizado Material: cerámica blanca de 11 oz Empaque: Caja blanca	500	$ 18.000	$ 9.000.000
17	Material publicitario "Backing" para utilizar en las activaciones BTL y ruedas de negocios para la promoción del departamento de La Guajira. **CARACTERISTICAS:** Material: Banner 13 onza – Tintas ecosolventes Estructura: Aluminio y plástico Medidas Rectangular: 360×240 cm Su estructura es armable y desarmable, además trae un bolso para respaldarlo del polvo y facilitar su transporte.	1	$ 990.000	$ 990.000
18	Material publicitario "Lapiceros" para entregar en las activaciones BTL y ruedas de negocios para la promoción del departamento de La Guajira. **CARACTERISTICAS:** Aluminio, ABS, Acero. Bolígrafo retráctil. Cuerpo revestido en laca de diferentes colores. Acabado mate. Pulsador, clip y puntera de color gris Gun metal. Tinta negra. Amplia área de impresión	600	$ 3.500	$ 2.100.000
19	Material publicitario "Flyers" para entregar en las activaciones BTL y ruedas de negocios para la promoción del departamento de La Guajira. **CARACTERISTICAS:** Tipo Impresión Frente: full color Papel: Propalcote 115 gr. brillante por una cara Tamaño: Media carta	5.000	$ 300	$ 1.500.000
			TOTAL:	**$ 300.000.000**

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.

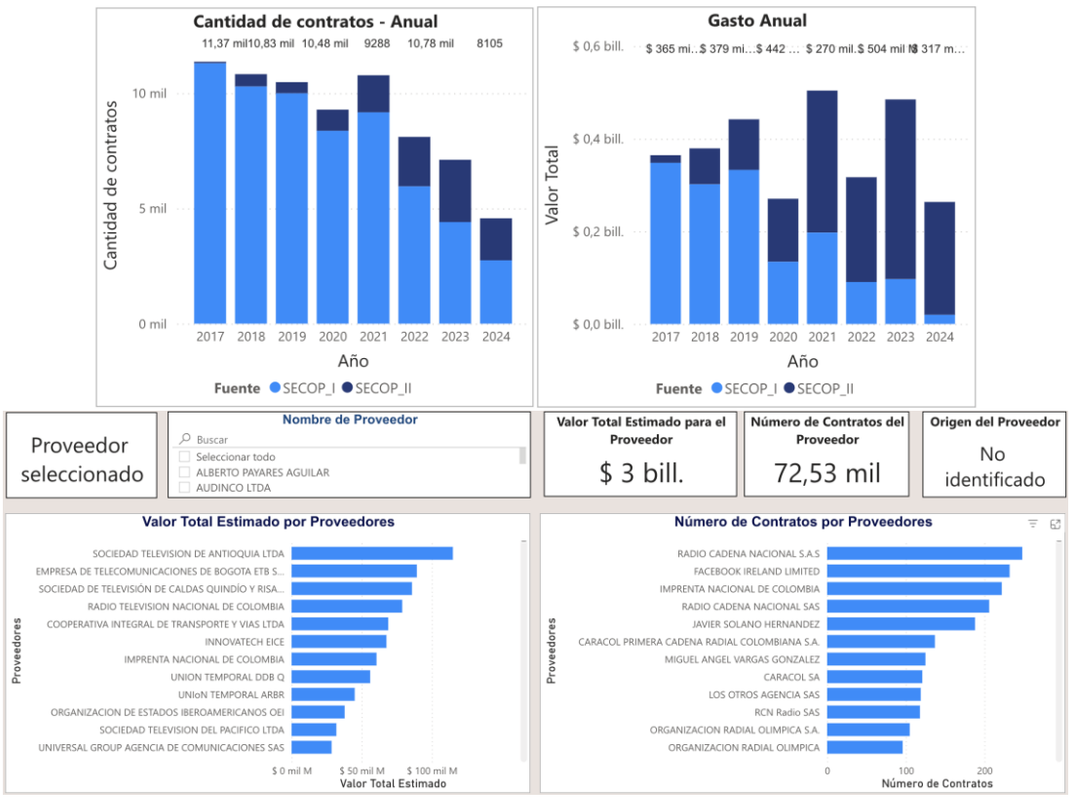
Ley 1341 de 2009, ley que rige el sector de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

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, SECOP I) Adquisiciones previas del Departamento de La Guajira:

AÑO	VALOR	TIPO DE PROCESO	OBJETO
2018	$ 16.671.900	CONTRATACIÓN MÍNIMA CUANTÍA	CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA LA GRABACIÓN Y DIFUSIÓN DE MENSAJES EN PROMOCIÓN DE LA SALUD DE LAS DE LAS DIMENSIONES DEL PLAN TERRITORIAL DE SALUD – COMPONENTE SALUD PÚBLICA A TRAVÉS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN
2018	$ 46.000.000	CONTRATACIÓN MÍNIMA CUANTÍA	DIAGRAMACIÓN, DISEÑO GRAFICO, DIGITALIZACIÓN, ELABORACIÓN DE ARTES, IMPRESIÓN Y ENTREGA DE MATERIAL PARA EL DESARROLLO DE EVENTOS, POSICIONAMIENTO E IDENTIFICACIÓN DE LA ENTIDAD, PUBLICACIONES Y SUMINISTRO IMPRESOS EN ARTICULACIÓN CON EL ACTUAL PLAN DE DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA
2015	$ 135.469.320	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA	ELABORACIÓN DE AFICHES, PENDONES, VOLANTES ALUSIVOS A LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN DE SALUD PÚBLICA, Y PUBLICACIÓN EN PRENSA (AVISOS), RADIO (COMERCIALES) Y TELEVISION (VIDEO CLIP), ADEMÁS DE PERIFONEO ALUSIVOS AL FORTALECIMIENTO DE LAS ACCIONES QUE DESARROLLA LA SECRETARÍA DE SALUD EN EL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA.
2022	$ 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

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

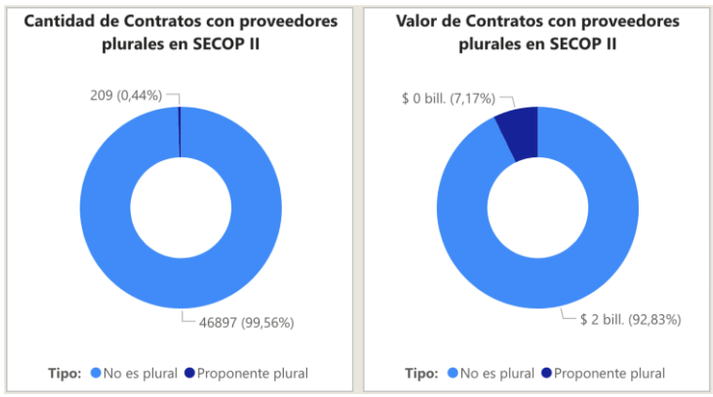
proceso, utilizando las diferentes modalidades de contratación para el sector estatal, de las cuales se detallaron algunas en el numeral 1.2 Adquisiciones realizadas por otras entidades con iguales o similares características técnicas.

134	128-2024	Régimen Especial	Celebrado	CUNDINAMARCA - CÁMARA DE COMERCIO DE FACATATIVA	CONTRATAR EL SUMINISTRO DE ARTÍCULOS DE PROMOCIÓN INTERNA Y EXTERNA, PARA DIFUNDIR Y POSESIONAR LA IMAGEN CORPORATIVA DE LACÁMARA DE COMERCIO DE FACATATIVÁ Y DEL NOROCCIDENTE DE CUNDINAMARCA	Cundinamarca : Facatativá	$65.000.000,00	Fecha de Celebración del Primer Contrato 07-11-2024
				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
336	PSC-MIC-016-2024	Régimen Especial	Celebrado	ANTIOQUIA - ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS URABÁ DARIÉN – CARIBE "ASOMUDACAR" - NECOCLÍ	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y DIVULGACION EN MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION, RADIAL Y DIGITAL, QUE PERMITAN LA PROMOCION DE TODOS LOS PROYECTOS AMBIENTALES, TRAMITES, SERVICIOS Y QUE SE ADELANTAN POR CORPOURABÁ EN TODA SU JURISDICCIÓN, INCLUYENDO MEDIOS COMUNITARIOS Y ALTERNATIVOS	Antioquia : Apartadó	$100.000.000,00	Fecha de Celebración del Primer Contrato 25-10-2024

3. ANALISIS DE LA OFERTA.

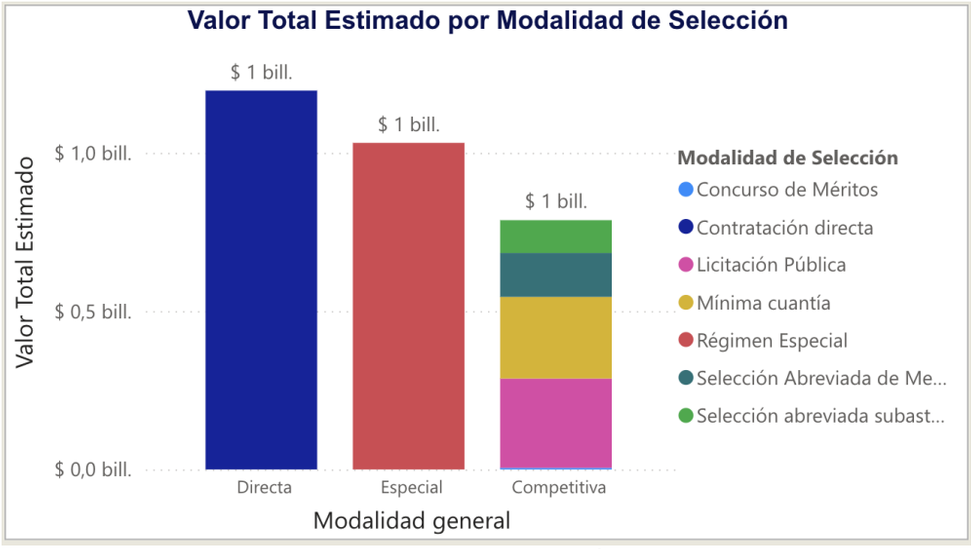
El estudio de la oferta inicial permite conocer quien o quienes ofrecen este bien o servicio en el mercado, bajo qué condiciones de entrega y distribución opera el mercado, entre otros aspectos. Las características por identificar en el mercado son, entre otras, el tamaño empresarial, ubicación, esquemas 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=eyJrIjoiOTNjY2MyZmUtZWE1My00NmY4LWJiMDctNjE4NTA0OTFkZGQyIiwidCI6IjdiMDkwNDFlLTI0NTEtNDIkMC04Y2IxLTc5ZDVlM2Q4YzFiZSIsImMiOjR9

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	0,8	4,76	1,19	0,28
830140775	TFCF CHANNELS COLOMBIA LTDA	M7310 - Publicidad	104	0	#¡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	0,4	37,21	0,01	0,02
800095954	PUNTOMERCA MERCHANDISING S.A.	M7310 - Publicidad	3,13	0,33	2,27	0,08	0,05
802013501	INMOV SAS	M7310 - Publicidad	1,64	0,53	3,84	0,26	0,17
830004707	M B A S A S	M7310 - Publicidad	3,54	0,39	#¡DIV/0!	0	0
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
830114289	AD ORANGE SAS	M7310 - Publicidad	0,55	0,88	IND	0	0,16
830118991	INVERSIONES TOLONIR SAS	M7310 - Publicidad	3	0,05	53,24	0	0
830125837	MASS DIGITAL SAS	M7310 - Publicidad	1,95	0,49	2292,98	0	0
830127077	IDEANDINA SAS	M7310 - Publicidad	3,9	0,21	#¡DIV/0!	0,1	0,1
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	0
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
900011228	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	M7310 - Publicidad	1,95	0,46	4,46	0,25	0

900012092	COMERCIALIZADORA IN SAS	M7310 - Publicidad	3,22	0,33	79642,03	0	0
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	0,2	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	3,3	0,28	7,81	0,16	0,16
900410870	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION	M7310 - Publicidad	1,3	0,76	#¡DIV/0!	0	0
900472350	BUSINESS TIGER SAS	M7310 - Publicidad	9,3	0,29	#¡DIV/0!	0	0
900520834	7GLAB SUCURSAL COLOMBIA	M7310 - Publicidad	0,07	1,03	3,66	-0,03	0
900524265	ARFACTORY COLOMBIA LTDA	M7310 - Publicidad	3,98	0,25	2,3	0,1	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	1,3	0,77	#¡DIV/0!	0	0
900983664	IWALL COLOMBIA S.A.S	M7310 - Publicidad	3,28	1,66	#¡DIV/0!	-1,12	0
890926395	PEREZ Y VILLA SAS	M7310 - Publicidad	1	0,79	#¡DIV/0!	0,03	0,17
PROMEDIO			**5,20**	**0,52**	**INDETERMINADO**	**0,04**	**0,04**

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 5,20	$(ii)\ Indicador = \frac{\left(\sum_{..} Componente\ 1\ del\ indicador_i \ X\ porcentaje\ de\ participación_i\right)}{\left(\sum_{..} Componente\ 2\ del\ indicador_i \ X\ porcentaje\ de\ participación_i\right)}$
Endeudamiento	Pasivo Total / Activo Total	Menor o igual 0,52	
Razón De Cobertura De	Utilidad Operacional / Gastos de Intereses	INDETERMINADO	

Intereses			
Rentabilidad Del Patrimonio	Utilidad Operacional / Patrimonio	Mayor o igual a 0,04	
Rentabilidad Del Activo	Utilidad Operacional / ∑ Activos	Mayor o igual 0,04	

5. FUENTES DE INFORMACION

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

RAFAEL SEGUNDO ZUÑIGA DUARTE
Director de Turismo Departamental