ANEXO 1 ANALSIS DEL SECTOR

,

ASPECTOS INICIALES

MODALIDAD DE SELECCIÓN	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA
OBJETO	**"PRESTAR SERVICIOS INTEGRALES PARA LA DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN DENTRO DEL PLAN DE MEDIOS DEL MUNICIPIO DE LA DORADA"**

El presente documento se estructura conforme a las disposiciones previstas en el Decreto 1082 de 2015 y en la *Guía de Elaboración de Estudios del Sector – GEES, versión 02 del 24 de junio de 2022* emitida por la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente (ANCP-CCE) la cual, si bien no constituye norma vinculante, sí ofrece a las entidades estatales importantes recomendaciones para la realización de estudios del sector orientados a satisfacer las necesidades de la Entidad Estatal y a obtener el mayor valor por dinero público.

El artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 *dispone "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 ANCP-CCE, en cuanto a los estudios del sector para la modalidad de contratación de Selección Abreviada por Subasta Inversa, recomienda:

"[…] mediante el cual se obtendrán los insumos que se reflejarán en los documentos de los estudios previos. De igual forma, en este análisis, la entidad presenta el contexto del mercado para definir los requisitos habilitantes aplicables al proceso y establece la forma de evaluar las ofertas e identifica algunos riesgos.

[…] no existe una única manera de estructurar el perfil del mercado, en razón a que cada uno tiene sus propias características y cuenta con variadas fuentes de información. En consecuencia, existen mercados más complejos para su perfilación, en la medida en que puede ocurrir que exista escasez en las fuentes de información, en comparación con otros que son más abiertos al acceso a la información. Lo que sí resulta de vital importancia es que las fuentes que adopten las entidades estatales sean fuentes confiables, de calidad y preferiblemente actualizadas, para que así se logre un panorama real del contexto del mercado.

En el marco de lo anterior, la Alcaldía de la Dorada, Caldas, adelantó el presente estudio del sector.

1. DESCRIPCIÓN SUSCINTA DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE SATISFACER CON LA CONTRATACIÓN

El Estado colombiano está constituido en la base de la solidaridad y el respeto de la dignidad humana, erigiéndose como un Estado Social de Derecho, donde existen principios esenciales de los ciudadanos que deben ser respetados, desarrollados y protegidos; en razón a ello, el artículo 2 de la Constitución Política de Colombia, contempla los fines estatales como máximas de gobierno y criterios orientadores para la contratación pública, estableciendo lo siguiente:

"*Son fines esenciales del Estado: 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.*"

La Constitución Política dispone en el artículo 209 que la función administrativa debe estar al servicio de los intereses generales y deben ser desarrollados con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones. Por tal razón la entidad territorial debe dar cumplimiento a estos mandatos para dar cumplimiento a los fines del Estado en los términos que señala la ley.

Los fines constitucionales del Estado, que se traducen en las competencias generales para todas las entidades que lo comprenden y/o conforman, se condensan igualmente en el artículo 3º de la Ley 80 de 1993, obligan a los funcionarios públicos a tener en cuenta que la celebración de contratos y la ejecución de los mismos, son medios para buscar el cumplimiento de los fines estatales, la continua y eficiente prestación de servicios públicos a su cargo y la efectividad de los derechos de los ciudadanos, de suerte que, las entidades de las que trata el numeral 2º del artículo 2º ibídem, tienen tal obligación en sus actuaciones.

La Ley 80 de 1993, expidió el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, y asimismo definió en su artículo 23 los principios que deben cumplir las Entidades Estatales en las actuaciones contractuales señalando; "*Las actuaciones de quienes intervengan en la contratación estatal se desarrollarán con arreglo a los principios de transparencia, economía y responsabilidad y de conformidad con los postulados que rigen la función administrativa. Igualmente, se aplicarán en las mismas las normas que regulan la conducta de los servidores públicos, las reglas de interpretación de la contratación, los principios generales del derecho y los particulares del derecho administrativo*".

El artículo constitucional 286 define como entidades territoriales los departamentos, los distritos, los municipios y los territorios indígenas; la misma carta en su artículo 287 otorga otro papel muy importante a la autonomía de las entidades territoriales y es que gozan de autogobierno político, administrativo y financiero. A su vez el Artículo 311 ibídem, determina que al Municipio como entidad fundamental de la división político-administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine 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 y cumplir las demás funciones que le asignen la constitución y las leyes.

Mediante Ordenanza Departamental No. 043 del 23 de abril de 1923 se dispuso de la creación del municipio de La Dorada, Caldas, como ente territorial del Departamento de Caldas, la cual tiene como Misión "*Transformar el Municipio, generando las condiciones para convertir a La Dorada en un territorio sostenible y en paz, incluyente y competitivo; en el que se trabaja por mejorar la calidad de vida de sus habitantes*".

Es función del alcalde Municipal en su territorio cumplir y hacer cumplir las normas del Estado, y especialmente conforme con el numeral 9 del artículo 315 constitucional "*Ordenar los gastos municipales de acuerdo con el plan de inversión y el presupuesto*.", ello' en concordancia el numeral 5 del literal d del artículo 29 de la Ley 1551 de 2012, que modificó el artículo 91 de la Ley 136 de 1994; igualmente corresponde al alcalde municipal dirigir la acción administrativa y asegurar el cumplimiento de las funciones y de la prestación de los servicios (*numeral 3 del*

artículo 315 C.P. y numeral 1 del literal d del artículo 29 de la Ley 1551 de 2012); competencias que pueden ser delegadas en funcionarios de la misma entidad pública.

El literal a, del numeral 1 del artículo 2º de la Ley 80 de 1993, establece que los municipios son entidades con la función de celebrar contratos conforme con el Estatuto General de la Contratación Administrativa Pública, en concordancia con el artículo 1º de esa ley; de manera que es competencia funcional del Alcalde Municipal la contratación para la provisión de bienes, de servicios y para la celebración de convenios y contratos administrativos para desarrollar plenas funciones públicas.

Además de las finalidades de la contratación, dispuestas en el artículo 2 de la C.P. y del artículo 3º de la Ley 80 de 1991, la visión del municipio es un estamento transcendental para el desarrollo de la función del Municipio; en este caso, la visión del municipio implica que "*La administración municipal regirá los destinos hacia la competitividad, aprovechando su capacidad institucional y humana junto con sus fortalezas, que permitan afianzar el territorio como el epicentro logístico de la región y del país*". (https://www.ladorada-caldas.gov.co/alcaldia/mision-y-vision)

Desde una conceptualización más amplia de la función y competencia del Municipio, a ellos le corresponde: "(…) *1. Administrar los asuntos municipales y prestar los servicios públicos que determine la ley. (…) 3. Promover el desarrollo de su territorio y construir las obras que demande el progreso municipal. Para lo anterior deben tenerse en cuenta, entre otros: los planes de vida de los pueblos y comunidades indígenas y los planes de desarrollo comunal que tengan los respectivos organismos de acción comunal. 4. Elaborar e implementar los planes integrales de seguridad ciudadana, en coordinación con las autoridades locales de policía y promover la convivencia entre sus habitantes. 5. Promover la participación comunitaria, la cultura de Derechos Humanos y el mejoramiento social y cultural de sus habitantes. (…) 7. Procurar la solución de las necesidades básicas insatisfechas de los habitantes del municipio, en lo que sea de su competencia, con especial énfasis en los niños, las niñas, los adolescentes, las mujeres cabeza de familia, las personas de la tercera edad, las personas en condición de discapacidad y los demás sujetos de especial protección constitucional. 8. En asocio con los departamentos y la Nación, contribuir al goce efectivo de los derechos de la población víctima del desplazamiento forzado, teniendo en cuenta los principios de coordinación, concurrencia, complementariedad, subsidiariedad y las normas jurídicas vigentes. (…) 10. Velar por el adecuado manejo de los recursos naturales y del ambiente, de conformidad con la Constitución y la ley. 11. Promover el mejoramiento económico y social de los habitantes del respectivo municipio, fomentando la industria nacional, el comercio y el consumo interno en sus territorios de conformidad con la legislación vigente para estas materias. 12. Fomentar y promover el turismo, en coordinación con la Política Nacional. (…) 17. Elaborar los planes y programas anuales de fortalecimiento, con la correspondiente afectación presupuestal, de los cabildos, autoridades y organizaciones indígenas, organismos de acción comunal, organizaciones civiles y asociaciones residentes en el territorio. Lo anterior deberá construirse de manera concertada con esas organizaciones y teniendo en cuenta sus necesidades y los lineamientos de los respectivos planes de desarrollo. (…) 21. Publicar los informes de rendición de cuentas en la respectiva página web del municipio. (…)".* (Artículo 6º de la Ley 1551 de 2012).

Conforme con esta gama de funciones que corresponden a los Municipios, deviene la exigencia del uso de medios de comunicación, que permitan por un lado establecer la interacción con el ciudadano, que este conozca de primer mano las actividades que lo benefician, la participación activa en las decisiones que los afectan y conocer las actividades que el Municipio está realizando para cumplir todas las obligaciones que ordena la Constitución y la ley para los municipios.

De manera que la comunicación, no es un mero capricho de las entidades, sino que son, el medio o mecanismo idóneo para la trasmisión de información a la ciudadanía, información multidireccional, en tanto puede ir dirigida a la totalidad de la población, a los diferentes grupos de interés, a la población vulnerable, y en general a todos los que se benefician de las diferentes inversiones. La comunicación, en un Estado Social de Derecho es una base central para poder desarrollar el postulado democrático y participativo, pues mediante la comunicación todos los ciudadanos pueden participar e interactuar con el Municipio, por lo que la comunicación es de vital importancia.

Es preciso citar lo dispuesto en el artículo 20 de la Constitución Política de 1991, que a su tenor establece: "*Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura*." Esta disposición normativa, establece el importante derecho a la información efectiva y veras, de suerte que es deber del Municipio, en su territorio procurar para que los ciudadanos conozcan la información en garantía de este derecho.

Ahora bien, descritas las competencias de los Municipios descritas en la Constitución y en la Ley, es menester afirmar que puede, la comunicación materializarse mediante la radio, la televisión, la prensa escrita, los medios de comunicación digitales y las redes sociales que, en los últimos años se han tornado igualmente como un medio de comunicación para interactuar tanto con la población joven como cualquier tipo de público.

El municipio de La Dorada Caldas, tiene una población total de 58.407 ciudadanos, un total de 2 centros poblados y un total de 21 veredas; la población rural asciende a un total de 8.242 y la población ubicada en el casco urbano corresponde a un total de 5.175; conforme con la información del DANE, el municipio de La Dorada Caldas es el segundo mas poblado en el Departamento de Caldas, después de Manizales; conforme con ello, para que el municipio informe a sus ciudadanos y garantice la participación democrática en las acciones que realiza el municipio, no basta con las meras publicaciones en las carteleras municipales y/o en la pagina principal del Municipio, pues esa cantidad de población, requiere una mayor distribución de información en tantos medios de comunicación sea posible.

Entre las problemáticas identificadas en materia de comunicación se destacan: ***i)*** Falta de acceso a medios de comunicación locales y regionales: Actualmente, la Alcaldía no cuenta con espacios de difusión en radio, televisión ni plataformas digitales que permitan informar oportunamente a la comunidad; ***ii)*** baja participación ciudadana: La comunidad no cuenta con mecanismos adecuados para conocer las acciones del gobierno local, lo que limita su capacidad de incidencia en las decisiones públicas; ***iii)*** débil presencia en redes sociales y medios digitales: La información municipal no está llegando de manera efectiva a la ciudadanía a través de plataformas digitales y redes sociales; y ***iv)*** necesidad de optimización de la estrategia de comunicación: Se requiere una estructura de comunicación más eficiente que abarque radio, televisión, redes sociales y medios digitales.

Además de lo anterior, el Municipio de La Dorada no cuenta con los medios electrónicos, físicos, infraestructura, personal, medios de comunicación, licencias y similares para desarrollar su comunicación de manera directa, pues no cuenta con medios de comunicación propios para desplegar su comunicación; en razón a ello, surge la problemática de la imposibilidad de realizar de manera eficiente la comunicación; si la entidad Municipal no realiza en debida forma la comunicación, estaría desprotegiendo el principio de la participación democrática, dejaría

desprotegida a la comunidad vulnerable, impediría la participación de los ciudadanos en las decisiones que los implica, permitiría la pérdida de confianza en la institucionalidad, permitiría que las personas recuerden realizar los pagos de impuestos, desencadenando en un menor recaudo, y con ello permitiría que se redujera dramáticamente los ingresos y por tanto las inversiones del Municipio; con la falta de comunicación, se desencadenan un sinnúmero de eventos, que afectarían a la población en general del municipio. En razón a ello se puede afirmar que, se ha identificado la ausencia de canales de comunicación efectivos entre la administración municipal y la ciudadanía, lo que limita la transparencia, la participación ciudadana y el acceso a información sobre la gestión pública.

La División de Prensa y Comunicaciones de la Alcaldía de La Dorada tiene la misión de informar a la comunidad sobre las decisiones, proyectos y programas de la administración municipal. Sin embargo, la entidad no cuenta con personal suficiente ni con los recursos técnicos necesarios para garantizar una comunicación eficiente y permanente. Esto ha generado la necesidad de contratar un servicio especializado en difusión y comunicación que permita fortalecer la relación entre la ciudadanía y la gestión gubernamental, en cumplimiento de los principios de publicidad, transparencia y participación ciudadana.

El acceso a información clara y oportuna es un derecho fundamental, reconocido por la Constitución Política de Colombia en su artículo 20, que garantiza la libertad de informar y recibir información veraz e imparcial. Además, la Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública) obliga a las entidades del Estado a facilitar la divulgación de información a la comunidad.

En suma, el plan de Desarrollo Municipal "La Fuerza de Las Ideas" 2024 - 2027 establece como uno de sus objetivos específicamente en el Sector 45 - Gobierno y Desarrollo Institucional y en particular, contribuye al Producto 4502001 - Servicio de promoción a la participación ciudadana, mediante el cumplimiento del Indicador 450200109 - Iniciativas organizativas de participación ciudadana promovidas.

En ese sentido dentro de la ejecución de este contrato, se pretende realizar diálogos de barrio, como espacios diseñados para promover la transparencia y facilitar la rendición de cuentas en la gestión pública. Estos encuentros permitirán fortalecer la comunicación entre la administración municipal y la ciudadanía, fomentando la participación activa de la comunidad en los asuntos públicos y mejorando el acceso a información clara y oportuna.

Para ello es prudente que el Municipio atienda la necesidad y problemática comunicacional mediante la adquisición de servicios de Difusión en Radio y Televisión, Marketing Digital y Redes Sociales, Publicaciones en Medios Impresos y Digitales, Perifoneo y Comunicación Comunitaria y Producción Audiovisual, con lo que se espera lograr fortalecer la comunicación entre la Alcaldía y la comunidad, garantizar el acceso a información veraz y oportuna, incrementar la participación ciudadana en asuntos municipales, posicionar la gestión municipal en medios locales, regionales y digitales, con ello optimizar el uso de recursos para la difusión de información institucional.

En suma, de manera específica, la comunicación del Municipio de La Dorada Caladas, tiene un capítulo especial relacionado con el Derecho a la Salud de los ciudadanos, conforme con las competencias descritas en la Constitución y la Ley; en efecto los artículos 48 y 49 de la Constitución Política de 1991, establecen que la Seguridad Social es un servicio público de carácter obligatorio que se prestará bajo la dirección, coordinación y control del Estado, en sujeción a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad, en los términos que establezca la ley.

En concordancia con ello el artículo 44 de la Ley 715 de 2001 establece que es competencia del municipio dirigir y coordinar el sector salud y el Sistema General de Seguridad Social en Salud en el ámbito de su jurisdicción; en el numeral 44.3.1. Dispone que corresponde al municipio "*Adoptar, implementar y adaptar las políticas y planes en salud pública de conformidad con las disposiciones del orden nacional y departamental, así como formular, ejecutar y evaluar el Plan de Atención Básica municipal*."

Por su parte la Ley 1122 del 2007 que establece que la salud pública está constituida por un conjunto de políticas que busca garantizar de manera integrada, la salud de la población por medio de acciones dirigidas tanto de manera individual como colectiva ya que sus resultados se constituyen en indicadores de las condiciones de vida, bienestar y desarrollo.

Para el efecto debe señalarse que el Estado formula el Plan Decenal de Salud Pública 2022 – 2031 y lo adoptado a través de la Resolución 1035 de 2022, conteniendo capítulos con enfoque diferencial, que incluye la hoja de ruta que, a partir del consenso social y ciudadano, establece los objetivos, las metas y las estrategias para afrontar los desafíos en salud pública para los próximos 10 años, orientados a la garantía del derecho fundamental a la salud, el bienestar integral y la calidad de vida de las personas en Colombia. Este instrumento de planeación de carácter nacional y regional compromete a los diferentes niveles de gobierno y a todos los actores del sistema de salud, en el marco de sus competencias, a que orienten sus acciones y esfuerzos para dar respuestas efectivas a las necesidades de la población y alcanzar los resultados en salud deseados.

Bajo la premisa de construir sobre lo construido, el gobierno nacional mantiene dentro del Plan Decenal de Salud Pública diferentes dimensiones que deben ser abordadas por cada uno de los actores del Sistema General de Seguridad Social en Salud de acuerdo con sus competencias. Estas dimensiones están validadas a través de un marco jurídico previo: Ley 1616 de 2013 de Salud Mental (Congreso de la República de Colombia, 2013). CONPES 113 de 2008 La Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional PSAN. La Política de Derechos Sexuales y Reproductivos; Plan Ampliado de Inmunizaciones; El Plan Estratégico para las Enfermedades Transmitidas por Vectores; Ley 1523 de 2012 (Congreso de la República de Colombia, 2012) por la cual se adopta la Política Nacional de Gestión de Riesgo de Desastres y se establece el Sistema Nacional de Gestión de Riesgo de Desastre; Ley 1562 de Riesgos Laborales (Congreso de la República de Colombia, 2012); Ley 1384 de 2010 (Congreso de la República de Colombia, 2010) que establece acciones para la atención integral del cáncer en Colombia (Ministerio de Salud y Protección Social, Instituto Nacional de Cancerología, 2013); Ley 1392 de 2010 enfermedades huérfanas; Ley 1355 de 2009 de obesidad (Congreso de la República de Colombia, 2009); CONPES 3550 de 2008 que contiene los lineamientos para la formulación de la política integral de salud ambiental con énfasis en los componentes de calidad de aire, calidad del agua y seguridad química; en razón a ello la Resolución 518 de 2015, estableció las directrices para la elaboración, ejecución, seguimiento y evaluación del Plan de Salud Pública de Intervenciones Colectivas PIC, de competencia de las entidades territoriales, específicamente de las competencias municipales, Promoción de la Salud y Gestión del Riesgo.

Dentro de las acciones que deben ser implementadas tenemos la Información en Salud, que de acuerdo con Anexo Técnico de la mencionada Resolución 518 de 2015, corresponde a: "…Acciones de producción, organización y difusión de un conjunto de datos o mensajes para orientar, advertir, anunciar o recomendar a los individuos, familias, comunidades, organizaciones y redes, así como a los actores del Sistema General de Seguridad Social en Salud y otros sectores sobre aspectos relacionados con la salud pública, que contribuya a la

construcción de elementos que propicien la toma de decisiones en salud...” Y su ejecución comprende: “*El Diseño e implementación de estrategias de medios, de acuerdo con las particularidades de salud pública que se presenten en el territorio. Para este fin, se podrán realizar acciones a través de medios regionales o locales de comunicación (canales regionales, institucionales o comunitarios de radio y televisión): empleo de tecnologías de la información y redes sociales, entre otras que sean pertinentes para la difusión de mensajes o documentos clave*.”

De igual forma, la Resolución 3280 de 2018 en su numeral 3.2 respecto a las Intervenciones Colectivas, expresa que: Las intervenciones colectivas se definen como: "un conjunto de intervenciones, procedimientos o actividades para la promoción de la salud y la gestión del riesgo dirigidas a grupos poblaciones a lo largo del curso de la vida, definidas con fundamentos en la evidencia disponible y en las prioridades en salud de cada territorio" así mismo en su numeral 3.1.2 respecto a la Información en Salud expresa que: A nivel poblacional ***la información en Salud*** es una acción estratégica que pretende generar un clima cultural apropiado para la promoción en Salud y calidad de vida y aportar a la construcción de otras formas de comprender y cuidar la Salud.

El municipio de La Dorada, Caldas cuenta con una necesidad insatisfecha, que se convierte en problema, y falencias que deben ser atendidas para la comunidad.

El municipio de La Dorada para el año 2025 tiene una proyección poblacional de 98,600 habitantes, población que requiere ser impactada y cubierta en acciones de Información para la Promoción de la Salud y la Gestión del Riesgo como Plan Complementario a las acciones contenidas en el Plan Obligatorio de Salud (Art. 8 Resolución 518 de 2015 Min Salud) teniendo en cuenta que complementar el servicio de salud allí contenido es una de las Obligaciones del Municipio como Entidad Territorial e integrante del Sistema General de Seguridad Social en Salud, de acuerdo con las competencias establecidas a través de la Ley 715 de 2001 y en armonización con los Lineamientos Nacionales en Salud.

La población del municipio de La Dorada presenta múltiples dificultades en salud, como lo muestran los indicadores relacionados con los *Eventos de Interés en Salud Pública*, notificados de forma semanal por las *Unidades Primarias Generadoras de Datos UPGD*, quienes nos vienen confirmando que el documento *Análisis de Situación en Salud ASIS 2024*, del municipio de La Dorada, coincide con el *Perfil Epidemiológico* actual y con el comportamiento de la morbilidad y de la mortalidad, situación que genera la imperiosa necesidad de desarrollar acciones de información para abordar la promoción de la salud y la gestión del riesgo, de manera tal que se abarquen cada una de las dimensiones notificadas para modificar la cifras y no notificadas para mantener la ausencia de registros de eventos de interés en salud pública. El municipio requiere acciones para abordar eventos en las líneas de: 1. Salud Mental (Violencia intrafamiliar, consumo de sustancias Psicoactivas, ideación suicida, trastornos y enfermedades mentales, entre otros); 2. Derechos Sexuales y Salud Sexual y Reproductiva (Infecciones de Transmisión Sexual ITS, VIH – SIDA, Planificación Familiar, Embarazo Adolescente, Bajo Peso al Nacer, entre otros); 3. Salud Ambiental (Accidentes Ofídicos, Accidentes rábicos, Enfermedad Diarreica Aguda, Infección Respiratoria Aguda) entre otros; 4. Enfermedades Crónicas No Transmisibles (Estilos de Vida Saludable, entre otros); 5. Enfermedades Transmisibles (Tuberculosis, Dengue, Hepatitis, Sarampión, entre otras); 6.Seguridad Alimentaria y nutricional (Desnutrición Aguda en menores de 5 años, sobre peso y malnutrición, EDA, entre otros) y 7. Poblaciones Vulnerables (Afro, LGTBIQ+, Adulto Mayor, Mujeres).

Para la vigencia 2024, semana 52 del calendario epidemiológico, se presentaron las notificaciones de los eventos de interés en salud pública para el municipio de La Dorada:

EVENTOS DE INTERÉS EN SALUD PUBLICA - 2024	Semana 52 f. act: 07/01/2025
Evento epidemiológico	**No. casos**
Accidente Ofídico	6
Agresiones por animales potencialmente transmisores de rabia	299
Bajo peso al nacer	0
Cáncer de la Mama y Cuello Uterino	7
Cáncer En Menores De 18 Años	1
Chagas crónico - Chagas agudo	0
Defectos congénitos	2
Dengue	138
Dengue Grave	1
Desnutrición Aguda en Menores de 5 años	27
Enfermedad transmitida por alimentos o agua (ETA)	10
Enfermedades Huérfanas Raras	11
Enfermedad diarreica por rotavirus	1
ESI-IRAG (Vigilancia centinela)	0
Evento adverso seguido a la vacunación	0
Fiebre Tifoidea y Paratifoidea	0
Hepatitis A	1
Hepatitis B, C y coinfección B-D	16
IAD - Infecciones Asociadas a Dispositivos	48
Infección respiratoria aguda grave (IRAG inusitado)	54
Infección respiratoria aguda por Virus Nuevo	33
Infecciones de sitio quirúrgico asociadas a procedimiento médico quirúrgico	6
Intento de Suicidio	127
Intoxicaciones	0
Intoxicaciones por sustancias químicas	15
Lepra	1
Leptospirosis	4
Lesiones de causa externa	0
Lesiones por Artefactos Explosivos (Pólvora y Minas Antipersona)	1
Malaria	0
Meningitis	0
Morbilidad materna extrema	51
Mortalidad Materna	0

Mortalidad Perinatal y neonatal tardía	7
Parálisis Flácida Aguda (Menores de 15 años)	1
Parotiditis	0
Rabia Humana	0
Rubéola	0
Sarampión	0
Sífilis Congénita	4
Sífilis Gestacional	27
Tétanos Accidental	0
Tétanos Neonatal	0
Tos ferina	1
Tuberculosis (todas las formas /farmacorresistente)	84
Varicela Individual	21
Vigilancia Integrada de Muertes en Menores de 5 años por EDA-IRA y Desnutrición	1
Vigilancia rabia humana	0
VIGILANCIA RUBEOLA	0
VIH/SIDA/ Mortalidad por SIDA	26
Violencia contra la mujer, violencia intrafamiliar y violencia sexual	447
Viruela Símica	3
Zika	0
MORBILIDAD POR EDA (Enfermedad Diarreica Aguda)	3453
MORBILIDAD POR IRAG (Infección Respiratoria Aguda Grave)	5443

La misma necesidad se presenta dado que un número importante de la población de los diferentes entornos no alcanzan a ser impactados de forma directa en las actividades desarrolladas por los referentes del Plan de Intervenciones Colectivas, teniendo en cuenta situaciones como: Desinterés, condiciones climáticas, concepciones erradas de satanización del Estado, dificultad para permisos laborales y/o familiares, contextos religiosos, situaciones de estigmatizaciones para poblaciones clave y/o vulnerables, disponibilidad de horarios y no existe motivación mediante la entrega física de artículos tangibles.

Provocando una carga de enfermedad prevenible o detectable a tiempo a fin de garantizar las acciones pertinentes que generen mayores estados de salud y bienestar en nuestra población. En respuesta a lo anterior, se ha estructurado la forma en que la necesidad descrita anteriormente podría ser atendida. A través de una estrategia integral de información se podría solventar esta necesidad, impactando de manera masiva y continua a la población del municipio, promoviendo la cultura de autocuidado y la generación de información que les permita tomar decisiones responsables y con conocimiento frente a su salud. Dicha estrategia debe enfocarse en información en salud para cada uno de los eventos de interés en salud pública que presentan notificación, así como el refuerzo de las condiciones positivas de salud o de buen comportamiento que tienen el municipio, dirigida a la población general como a los grupos más vulnerables, tales como la primera infancia, la infancia, las mujeres y adultos

mayores. Además, es crucial incluir a quienes necesitan atención especial, como los grupos étnicos y las minorías de género, asegurando que la estrategia de información sea inclusivas y equitativas, adaptadas a sus necesidades específicas.

No menos importante es tener presente que las campañas informativas requieren de una frecuencia especial que permita al interlocutor, oyente, televidente, lector, o seguidor, generar recordación sobre la información que está recibiendo, la frecuencia debe ser insistente, a fin de que se cumpla el objetivo del proceso informativo y el individuo pueda incorporar la información suministrada dentro de sus acciones y conductas.

Por esto, continuando con la estrategia de medios de comunicación implementada en los meses de noviembre y diciembre de la vigencia anterior, es necesario ampliar las campañas informativas en los diferentes entornos y por enfoque diferencial, basándose en un diagnóstico general de la vigencia anterior para focalizar así los esfuerzos en las dimensiones y áreas que más se requiera relacionado con los Registros Individuales de Prestación de Servicios, las Notificaciones de los Eventos de Interés en Salud Publica, las cifras compiladas en la ejecución del Plan de Intervenciones Colectivas. También es importante resaltar que, se deben continuar tomando acciones para informar a la población sobre la promoción y prevención de la salud en eventos como Lesiones, Enfermedades Transmitidas por Alimentos, Enfermedades Transmitidas por Vectores, Violencias, IRAG, Intoxicaciones y en general eventos relacionados con la salud mental y la convivencia social, la salud sexual y reproductiva, la seguridad alimentaria y nutricional, así como los espacios para generar información sobre las enfermedades crónicas no transmisibles y transmisibles.

Por tanto, es necesario cubrir de forma táctica a la comunidad que por diferentes condiciones del contexto o entorno no pueden gozar de forma adecuada de estas acciones. Para solventar esta necesidad es necesario que la Administración Municipal celebre un contrato de prestación de servicios de espacios de Radiodifusión y TV local, y otros medios de comunicación digital, para la implementación del programa de información *"La Fuerza de la Salud "* en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas de la División de Salud Pública en el municipio de La Dorada-Caldas, con el fin de potencializar los esfuerzos en recursos técnicos, financieros y humanos invertidos en el Plan de Intervenciones Colectivas PIC y desarrollar de forma eficiente las actividades que permita a la comunidad conocer los mecanismos y acciones de Promoción de la Salud y la Gestión del Riesgo de forma masiva.

Por tal motivo es indispensable contar con el servicio de espacio radial conforme a las especificaciones técnicas que hacen parte del presente estudio previo. Esto con el fin de contar con los espacios suficientes para cada uno de los programas del Plan de Intervenciones Colectivas, el Área de Vigilancia Epidemiológica y las Acciones de la División de Salud Pública que tengan incidencia en promoción de la Salud y Gestión del Riesgo.

Lo anterior teniendo en cuenta que el anexo técnico de la Resolución 3280, establece que la Información en Salud comprende acciones de producción, organización y difusión de un conjunto de datos o mensajes destinados a orientar, advertir, anunciar o recomendar a individuos, familias, comunidades, organizaciones, redes, y actores del Sistema General de Seguridad Social en Salud, así como a otros sectores. Estas acciones están enfocadas en aspectos relacionados con la salud pública y buscan contribuir a la construcción de elementos que faciliten la toma de decisiones en el ámbito de la salud.

Es importante tener presente que el documento "*Orientaciones para el desarrollo de la Información en salud en el marco del Plan de Salud Pública de Intervenciones Colectivas – PIC*

" establece entre otras posibilidades informativas como cuñas (anuncios o espacios publicitarios breves) de radio y TV.

Con la ejecución de este Contrato se proyecta impactar de forma directa e indirecta a toda la población del municipio, estimada según cifras DANE que para el 2025 en 98.600 habitantes. Toda vez que los programas Radiales y de medios digitales impactarán cada uno de los ciclos de vida y diferentes comunidades por enfoque diferencial, población que en muchos casos es de especial protección del estado como lo son las víctimas, población con condición de discapacidad entre otras, que se encuentran distribuida en los diferentes sectores del municipio dentro de la zona urbana y la zona rural.

Este contrato se realizará en el municipio de La Dorada, con los medios de comunicación radial, televisiva y digitales que tienen presencia en esta jurisdicción. No menos importante es que teniendo en cuenta los recursos asignados dentro del Sistema General de Participaciones para Salud Pública en la Vigencia 2025 según Acuerdo 017 del 2024, podemos afirmar que se cuentan con la capacidad financiera para la realización de dicha prestación de servicios, dada la evidente necesidad pero teniendo en cuenta el Decreto 1068 de 2015 por el cual se dictan normas de austeridad en el gasto público pues el servicio relacionado no constituye excesos ni en valores ni en cantidades, por el contrario son suficientes para el impacto esperado maximizando su utilidad y eficiencia.

Finalmente es importante tener en cuenta que el Plan de Desarrollo “La Fuerza de Las Ideas” 2024-2027” incluyó: 7.3.2 Sector: Salud Integral Pilar Del Desarrollo Humano; Programa 1. La Dorada Saludable: Vigilancia en Salud Pública Eficiente; Programa 2. La Dorada Saludable: Salud Pública con Énfasis en Determinantes Sociales. Implementar cuatro (4) estrategias que contengan el Plan de Intervenciones Colectivas PIC con enfoque en determinantes sociales y bajo los ejes establecidos por el Plan Decenal de Salud pública. Implementar cuatro (4) campañas (una al año) para reducir trastornos mentales en todos los grupos poblacionales. Implementar cuatro (4) campañas (una al año) para reducir la tasa de violencias física intrafamiliar y de género con énfasis en prevención de la violencia sexual en población infantil. Implementar cuatro (4) estrategias de Atención Primaria en salud APS realizado por medio del modelo predictivo preventivo.

Para solventar esta necesidad, se requiere contar con la experiencia en la prestación de este tipo de servicios de radiodifusión y medios de comunicación, así como servicios de información digitales en el municipio de La Dorada y la región, con experiencia en este tipo de servicios de información en emisoras A.M, emisoras FM, canales locales de televisión, medios impresos, programas radiales y televisivos, así como en medios digitales.

Conforme con estos argumentos, la necesidad de comunicación, para el municipio de La Dorada en general y en particular también para el sector salud, se convierte en la mejor herramienta para lograr los fines propuestos, en razón a ello, se requiere celebrar un contrato con un operador logístico que preste los servicios diversos requeridos por la entidad para el cumplimiento de sus fines constitucionales y legales.

2. LA DESCRIPCIÓN DEL OBJETO A CONTRATAR IDENTIFICADO CON EL CUARTO NIVEL DEL CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS.

2.1. OBJETO:

PRESTAR SERVICIOS INTEGRALES PARA LA DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN DENTRO DEL PLAN DE MEDIOS DEL MUNICIPIO DE LA DORADA.

2.2. ALCANCE:

Con la contratación de este servicio se pretende contar con la producción de piezas publicitarias, suministro de impresos y material de apoyo P.O.P, para atender los requerimientos de difusión y promoción de los diferentes, programas, proyectos y actividades adelantados por la Alcaldía de la Dorada, Caldas.

2.3. CODIFICACIÓN DEL BIEN, OBRA O SERVICIO SEGÚN LAS NACIONES UNIDAS – UNSPSC

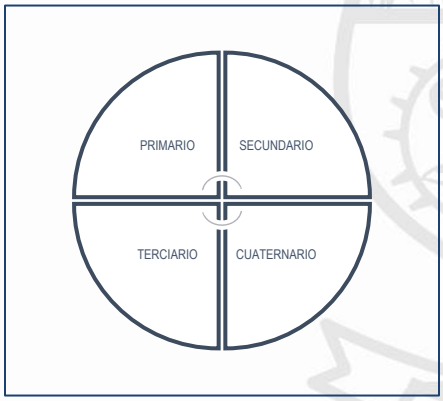
Una vez definidos claramente los bienes, obras y servicios a contratar, se deben codificar de acuerdo con la Guía para la Codificación de bienes y servicios de Naciones Unidas, los cuales fueron previamente identificados en el Plan Anual de Adquisiciones.

Clasificación UNSPSC	Segmento	Familia	Clase	Producto (De ser posible)
55101515	Publicaciones impresas, publicaciones electrónicas y accesorios	Medios impresos	Publicaciones impresas	Material promocional o reportes anuales

2.4. ESTUDIO DEL SECTOR

CONTEXTO ECONÓMICO

En este acápite del documento, se identificará el sector de economía al que pertenece el bien, obra o servicio con el que se pretende satisfacer la necesidad requerida.



La actividad económica en general está dividida en sectores y cada uno de ellos referencia una parte de la actividad económica con elementos de características comunes, que guardan unicidad y se distinguen de otras agrupaciones; cuya división se hace conforme los procesos de producción que acontecen al interior de cada uno de ellos.

Las actividades económicas de producción y distribución de bienes y servicios son muy diversas y las realizan las empresas o el sector público. Dada la gran variedad de las mismas tradicionalmente se han agrupado en tres categorías o sectores económicos.

Según otros criterios, clasifican en cuatro los sectores de la producción también llamados sectores de ocupación que a su vez pueden subdividirse en sectores parciales por actividad. Estos sectores económicos están interrelacionados y se necesitan mutuamente. Un sector se divide en subsectores. Un subsector se divide en ramas de actividad. En una rama de actividad hay varias actividades.

SECTOR PRIMARIO, que comprende aquellas actividades relacionadas directamente con los recursos naturales sin que éstos se transformen, dedicados solamente al desarrollo de los mismos. Incluye la Agricultura, la Ganadería, la Pesca, la Minería, etc.

SECTOR SECUNDARIO O INDUSTRIAL, que abarca todas las actividades que transforman físicamente las materias primas o bienes en otros más aptos para el consumo. Estas actividades fabriles son muy diversas: energía, textil, metal, maquinaria, química, electrónica, automóvil, etc.

SECTOR TERCIARIO O DE SERVICIOS, que engloba al resto de actividades no incluidas en las categorías anteriores, caracterizadas por proporcionar la prestación de servicios, ya que no produce bienes, sino servicios: comercio, sociales, culturales, enseñanza, sanidad, transporte, Información y comunicación, turismo, banca, servicios profesionales, el gobierno etc.

SECTOR CUATERNARIO, produce servicios altamente intelectuales tales como investigación, desarrollo, innovación e información.

Los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer y cuarto sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles, pero sin embargo contribuye a la formación de 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 de su especialización.

Dada la naturaleza del objeto del contrato, el presente proceso se ubica dentro del sector terciario o de servicios de la economía clásica.

Así las cosas, en análisis del comportamiento del sector de publicidad, mercadeo y material impreso incorporados dentro de las actividades económicas relacionadas con Industrias manufactureras y su división correspondiente a "*Actividades de impresión y de producción de copias a partir de grabaciones originales",* y Actividades profesionales, científicas y técnicas en la división de *"Publicidad".*

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**

Imagen No. 1 – Fuente: DANE

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:

• Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 1,9%.

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

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece en 0,4%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

• Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 0,7%.

• Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,5%.[1]

[1] Boletín técnico Producto Interno Bruto (PIB_T) DANE

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2024[pr]-II / 2023[pr]-II	2024[pr] / 2023[pr]	2024[pr]-II / 2024[pr]-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**

Imagen No. 2 – Fuente: DANE

Según la encuesta mensual de servicios elaborada por el DANE, el sector de Publicidad tuvo un decrecimiento en los ingresos nominales del 3.1% en conjunto con las actividades de edición en un 6.4% respecto al mes de julio del año 2023.

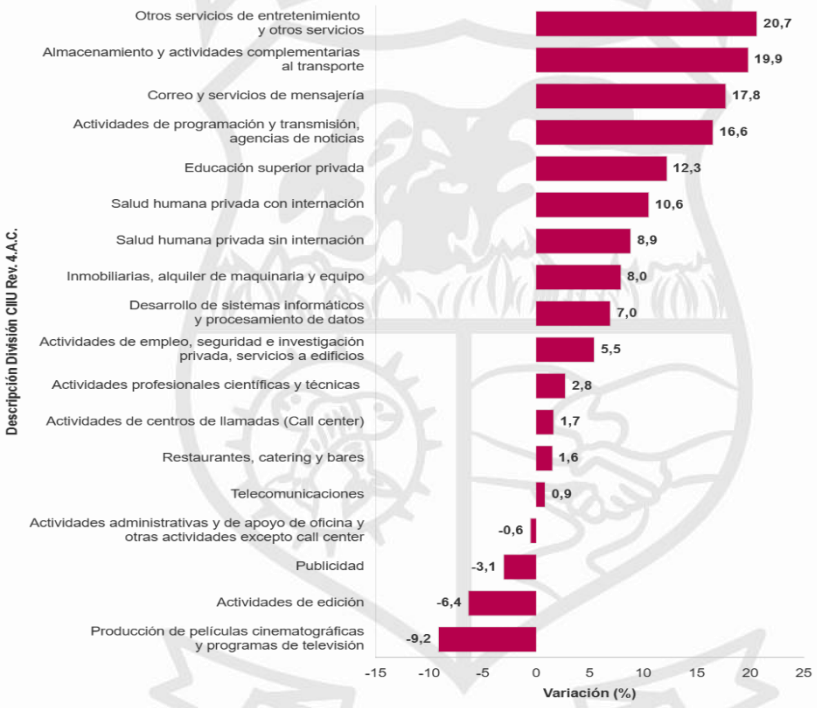


Imagen No. 3 – Fuente: DANE

Por tal razón así mismo, el personal ocupado total presentó una disminución de 0,4% y los salarios para el sector publicidad y registraron un crecimiento de 15,8%, en comparación con julio de 2023, para el sector de edición existió una variación negativa de 5,2% y los salarios registraron un crecimiento de 9,1%, en comparación con julio de 2023.

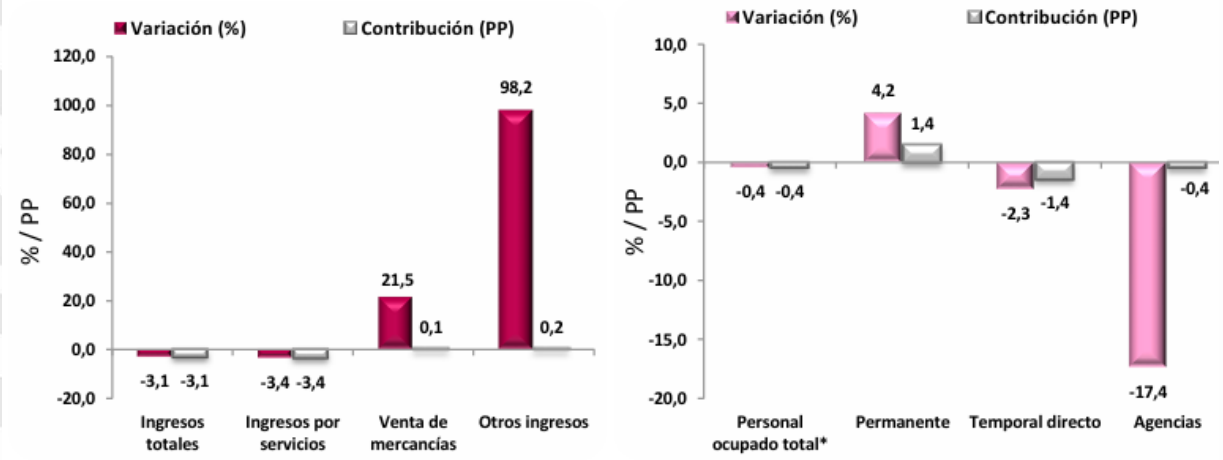


Imagen No. 4 – Fuente: DANE

En comparación con el mismo mes de 2023, en julio de 2024 los ingresos totales presentaron una variación negativa de 3,1%, que se explica por una disminución de 3,4% en los ingresos por servicios. En contraste, los otros ingresos operacionales presentaron un incremento de 98,2% y la venta de mercancías en 21,5%.

En julio de 2024 el personal ocupado total presentó una variación negativa de 0,4%, en comparación con julio de 2023, que se explica por una disminución de 2,3% en el personal temporal directo y de 17,4% en el personal contratado a través de agencias. Por su parte, el personal permanente presentó un incremento de 4,2%.

Mientras que los salarios en julio de 2024 presentaron un aumento de 15,8%, en comparación con julio de 2023, que se explica por el incremento de 10,8% en los salarios del personal permanente y de 19,1% en los salarios del personal temporal directo.[2]

ASPECTOS REGULATORIOS

Las siguientes normas aplican al desarrollo del eventual proceso de contratación:

- Constitución Política de Colombia de 1991
- Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo
- Ley 80 de 1993 “Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública”
- Ley 1150 de 2007 “Por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con recursos públicos”
- Ley 1474 de 2011 “Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública”
- Ley 1480 de 2011 “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”

[2] Boletín Técnico Encuesta Mensual de Servicios (EMS) Julio 2024

- Decreto 019 de 2012 “Por el cual se dictan normas para suprimir o reforma regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública”
- Decreto 1082 de 2015 “Por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector administrativo de planeación nacional, modificado por el decreto 1860 de 2021”

3. LAS CONDICIONES TÉCNICAS EXIGIDAS.

ITEMS	CODIGO UNSPSC	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	CANT
1	55101515	Servicio de radiodifusión en emisora local con Amplitud Modulada en las siguientes características: Duración de la cuña mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1
2	55101515	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1
3	55101515	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1
4	55101515	Servicio de radiodifusión en emisora local de carácter comunitario con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1
5	55101515	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: capsula con una duración de minimo 15 minutos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1
6	55101515	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1
7	55101515	Servicio de difusión de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de video con duración mínima de 1 minuto o fotografías remitidas por la entidad, mínimo 3. De acuerdo a la solicitud del supervisor.	Unidad	1
8	55101515	Servicio de cubrimiento y publicación en redes sociales de eventos deportivos y culturales locales con las siguientes características: con duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información deportiva y/o cultural y recolección de material para promoción de eventos deportivos.	Unidad	1
9	55101515	Servicio de maestro de ceremonia en los eventos requeridos por la entidad	Unidad	1

10	55101515	Servicio de publicación en medio de comunicación regional y/o local, escrito y/o digital, con las siguientes características: Publicación en periódico digital: 1080 * 1080 que incluye articulo periodístico de profundidad frente a los hechos más relevantes del municipio de acuerdo a solicitud de la entidad.	Unidad	1
11	55101515	Posicionamiento digital de la marca territorio La Dorada Enamora a traves de asesoría en comunicación digital que incluyen diseño de piezas gráficas e informe de las actividades realizadas.	Unidad	1
12	55101515	Elaborar informe de marketing digital que incluya el análisis de métricas, diagnóstico del desempeño y propuesta de acciones de mejora para las redes sociales del municipio. Con el fin de conocer el comportamiento de redes sociales del municipio y el impacto de la población. Estará sujeto a solicitud del supervisor de acuerdo a la necesidad.	Unidad	1
13	55101515	Servicio de produccion de audio, que implica grabación de voces, posproducción y entrega de producto: Con una duración minima de 15 minutos.	Unidad	1
14	55101515	Servicio de campaña sobre temas de interés público definido por la entidad mediante material publicitario que comprende: • Pendón: (tipo telón) impresión digital a full color de tejido sintético gran formato banner de 13 onzas, ello a razón de metraje definido por la entidad. 40 metros • 5.000 volantes: media carta, propalcote, full color, incluye diseño, unidad de medida millar.	Unidad	1
15	55101515	Servicio de cubrimiento y emisión en noticiero digital con alcance local: nota periodistica con una duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información de proyectos y actividades de la entidad. Se realizará de acuerdo a requerimiento del supervisor.	Unidad	1
16	55101515	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad. orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	1
17	55101515	Servicios de radiodifusión en una emisora para público juvenil con frecuencia modulada (FM), la emisión será de cuña de mínimo 30 segundos de duración. Orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	1

18	55101515	Servicios de radiodifusión en una emisora con frecuencia modulada (FM), con alcance regional, la emisión será de cuña mínimo de 30 segundos de duración. Orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	1
19	55101515	Servicios de perifoneo con información institucional orientada a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada; Los cuales deberan realizarse con una duración mínima de una hora.	Unidad	1
20	55101515	Servicio de pauta publicitaria para las redes sociales del municipio, a necesidad de la entidad, mediante anuncio, el cual puede estar orientado a: awareness, crecimiento, interacción y tráfico.	Unidad	1
21	55101515	Cubrimiento en rueda de prensa o transmisión en vivo o entrevista en directo, requerida por el municipio, mediante medios televisivos o digitales o radiales, por duración definida por cada evento que no sea inferior a 5 minutos.	Unidad	1

3.1. PLAZO DE EJECUCIÓN:

El plazo de ejecución estimado para la presente contratación será desde la firma del acta de inicio, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución **HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2025, O HASTA AGOTAR EL PRESUPUESTO LO PRIMERO QUE OCURRA.**

3.2. LUGAR DE EJECUCIÓN

Para todos los efectos legales la sede Administrativa del municipio de la Dorada, Caldas, donde se lleven a cabo las actividades del proyecto.

3.3. FORMA DE PAGO:

El municipio pagara al contratista por los bienes fueron establecidos como se indicó en los valores unitarios, teniendo en cuenta que las cantidades requeridas en ejecución del contrato dependen de la efectiva entrega de los elementos publicitarios a proveer, el contrato se estructura mediante la modalidad de monto agotable, en la que se solicitarán los bienes que requiera la entidad, de conformidad con las especificaciones técnicas del objeto a contratar y los valores unitarios comprendidos en la oferta económica. El contrato culminará cuando se agoten los recursos que soportan el presupuesto oficial, o cuando se venza el término de duración del contrato respectivo.

Los anteriores valores se pagarán previa entrega del informe de cumplimiento por parte del contratista, actas de recibo a satisfacción parcial o total, expedidas por el supervisor y contratista, certificación de recibo a satisfacción por parte del supervisor y el pago de los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral (SSSI).

De conformidad con lo establecido en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002 adicionado mediante Decreto 2106 de 2019, el supervisor del contrato verificará mediante la herramienta tecnológica que ponga a disposición el Ministerio de Salud y Protección Social el pago de los aportes al Sistema General de Seguridad Social por parte del contratista y, en el evento de encontrar inconsistencias, se abstendrá de expedir la respectiva certificación de cumplimiento hasta tanto la misma sea subsanada o aclarada.

Sin perjuicio de lo anterior, queda entendido que la forma de pago de que trata en este numeral corresponde a la prestación efectiva y real del servicio. Los pagos se realizarán dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de presentación de la respectiva cuenta de cobro o factura con los documentos soporte y la certificación de cumplimiento por parte del supervisor.

En todo caso, los pagos estarán sujetos al Plan Anual Mensualizado de Caja “PAC”. El sistema de giro utilizado por el municipio es transferencia a la cuenta corriente o de ahorros de la institución financiera que el proveedor registre.

El Contratista asumirá todos los impuestos, tasas y/o contribuciones que se deriven de la ejecución del contrato, de conformidad con la Ley Colombiana, así como los que se enumeran a continuación que corresponde a los gravámenes departamentales:

TRIBUTO	VALOR Y PORCENTAJES
PRO CULTURA	1%
PRO ANCIANO	4%
PRO UNIVERSIDAD	0.5% Valor del contrato de $7.117.501 hasta 42.705.000 1% Valor del contrato de $42.705.001 hasta $142.350.000 1.5% Valor del contrato de $142.350.001 en adelante
PRO DEPORTE	2.5%
ESTAMPILLA PARA LA JUSTICIA FAMILIAR	2% Aplica cuando el pago supere los 10 SMLMV
ICA	***
RETENCIÓN EN LA FUENTE	***

*** **El ICA,** se aplicará de acuerdo con la actividad que se encuentre consignada en el RUT

*** **La retención en la fuente,** se aplicará de acuerdo con la tabla que se encuentre vigente y al régimen que pertenezca el contratista**.**

PARAGRAFO 1: Si la cuenta de cobro y/o factura no ha sido correctamente elaborada, o no se acompaña de los documentos requeridos para el pago, el término para éste solamente empezará a contarse desde la fecha en que se presenten en debida forma, o se haya aportado el último de los documentos. Las demoras que se presenten por estos conceptos serán responsabilidad del CONTRATISTA y no tendrá por ello derecho al pago de intereses o compensación de ninguna naturaleza.

4. EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y LA JUSTIFICACIÓN DEL MISMO.

De conformidad con lo establecido en las Leyes 80 de 1993, 1150 de 2007 y en el Decreto 1082 de 2015, con el fin de calcular el presupuesto requerido para esta contratación, se tomará el valor arrojado de la cotización de menor precio de los productos señalados en la ficha técnica del proceso, teniendo en cuenta la proyección de la necesidad de la entidad condicionada a precios unitarios fijos y a monto agotable.

En el análisis del mercado se presentaron tres (3) ofertas como se muestra en la imagen adjunta:



COTIZACIONES

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	COTIZACION 1 RED S&C S.A.S			COTIZACION 2 CONECTA SAS			COTIZACION 3 UNISOLUCIONES SAS		
				V/R UNIT	IVA	V/R TOTAL CON IVA	V/R UNIT	IVA	V/R TOTAL CON IVA	V/R UNIT	IVA	V/R TOTAL CON IVA
1	Servicio de radiodifusión en emisora local con Amplitud Modulada en las siguientes características: Duración de la cuña mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	12,960	2,462	15,422	13,527	2,570	16,097	14,094	2,678	16,772
2	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	18,468	3,509	21,977	8,100	1,539	9,639	28,836	5,479	34,315

3	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	8,453	1,606	10,059	8,100	1,539	9,639	8,808	1,674	10,482
4	Servicio de radiodifusión en emisora local de carácter comunitario con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	8,116	1,542	9,658	8,019	1,524	9,543	8,213	1,560	9,773
5	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: capsula con una duración de minimo 15 minutos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	676,350	128,507	804,857	664,200	126,198	790,398	688,500	130,815	819,315
6	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	11,879	2,257	14,136	10,799	2,052	12,851	19,930	3,787	23,717
7	Servicio de difusión de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de video con duración mínima de 1 minuto o fotografías remitidas por la entidad, mínimo 3. De acuerdo a la solicitud del supervisor.	Unidad	1	63,787	12,120	75,907	62,370	11,850	74,220	65,205	12,389	77,594
8	Servicio de cubrimiento y publicación en redes sociales de eventos deportivos y culturales locales con las siguientes características: con duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información deportiva y/o cultural y recolección de material para promoción de eventos deportivos.	Unidad	1	101,452	19,276	120,728	93,150	17,699	110,849	109,755	20,853	130,608
9	Servicio de maestro de ceremonia en los eventos requeridos por la entidad	Unidad	1	147,444	28,014	175,458	137,700	26,163	163,863	157,188	29,866	187,054

10	Servicio de publicación en medio de comunicación regional y/o local, escrito y/o digital, con las siguientes características: Publicación en periódico digital: 1080 * 1080 que incluye articulo periodístico de profundidad frente a los hechos más relevantes del municipio de acuerdo a solicitud de la entidad.	Unidad	1	877,651	166,754	1,044,405	745,200	141,588	886,788	811,425	154,171	965,596
11	Posicionamiento digital de la marca territorio La Dorada Enamora a traves de asesoría en comunicación digital que incluyen diseño de piezas gráficas e informe de las actividades realizadas.	Unidad	1	340,200	64,638	404,838	324,000	61,560	385,560	350,325	66,562	416,887
12	Elaborar informe de marketing digital que incluya el análisis de métricas, diagnóstico del desempeño y propuesta de acciones de mejora para las redes sociales del municipio. Con el fin de conocer el comportamiento de redes sociales del municipio y el impacto de la población. Estará sujeto a solicitud del supervisor de acuerdo a la necesidad.	Unidad	1	1,360,800	258,552	1,619,352	1,296,000	246,240	1,542,240	1,401,348	266,256	1,667,604
13	Servicio de produccion de audio, que implica grabación de voces, posproducción y entrega de producto: Con una duración minima de 15 minutos.	Unidad	1	340,200	64,638	404,838	332,100	63,099	395,199	342,225	65,023	407,248
14	Servicio de campaña sobre temas de interés público definido por la entidad mediante material publicitario que comprende: • Pendón: (tipo telón) impresión digital a full color de tejido sintético gran formato banner de 13 onzas, ello a razón de metraje definido por la entidad. 40 metros • 5.000 volantes : media carta, propalcote, full color, incluye diseño, unidad de medida millar.	Unidad	1	3,053,070	580,083	3,633,153	2,997,000	569,430	3,566,430	3,080,025	585,205	3,665,230

15	Servicio de cubrimiento y emisión en noticiero digital con alcance local: nota periodistica con una duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información de proyectos y actividades de la entidad. Se realizará de acuerdo a requerimiento del supervisor.	Unidad	1	123,120	23,393	146,513	121,500	23,085	144,585	124,740	23,701	148,441
16	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad. orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	1	14,175	2,693	16,868	13,770	2,616	16,386	14,665	2,786	17,451
17	Servicios de radiodifusión en una emisora para público juvenil con frecuencia modulada (FM), la emisión será de cuña de mínimo 30 segundos de duración. Orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	1	8,505	1,616	10,121	8,100	1,539	9,639	8,759	1,664	10,423
18	Servicios de radiodifusión en una emisora con frecuencia modulada (FM), con alcance regional, la emisión será de cuña mínimo de 30 segundos de duración. Orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	1	15,390	2,924	18,314	14,580	2,770	17,350	16,200	3,078	19,278

19	Servicios de perifoneo con información institucional orientada a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada; Los cuales deberan realizarse con una duración mínima de una hora.	Unidad	1	19,440	3,694	23,134	19,035	3,617	22,652	19,847	3,771	23,618
20	Servicio de pauta publicitaria para las redes sociales del municipio, a necesidad de la entidad, mediante anuncio, el cual puede estar orientado a: awareness, crecimiento, interacción y tráfico.	Unidad	1	270,540	51,403	321,943	267,300	50,787	318,087	273,780	52,018	325,798
21	Cubrimiento en rueda de prensa o transmisión en vivo o entrevista en directo, requerida por el municipio, mediante medios televisivos o digitales o radiales, por duración definida por cada evento que no sea inferior a 5 minutos.	Unidad	1	183,060	34,781	217,841	178,200	33,858	212,058	188,179	35,754	223,933
TOTAL						**9,109,521**			**8,714,073**			**9,201,136**

Se realizó correcciones aritméticas en los precios unitario y valor total de las tres (3) cotizaciones allegadas mediante la plataforma de SECOP II, como se evidencias en el cuadro arriba señalado.

Para la estimación del presupuesto oficial se tuvo en cuenta la cotización de menor precio del interesado **CONECTA SAS**, por valor de **OCHO MILLONES SETECIENTOS CATORCE MIL SETENTA Y TRES PESOS ($8.714.073) M/CTE, incluido Iva, impuestos de ley y demás costos directos e indirectos.**

En consecuencia, el valor estimado del contrato es la suma de **TRESCIENTOS SESENTA Y SEIS MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS ($366.500.000), M/CTE**, incluido Iva, impuestos de ley y demás costos directos e indirectos. En caso de presentarse saldo restante se procederá a la respectiva liberación.

NOTA: El contrato que se pretende suscribir es a monto agotable de conformidad a la proyección de la necesidad de la entidad condicionada a precios unitarios fijos.

5. PERSPECTIVA ECONOMICA

De acuerdo a lo contemplado por el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 y en la guía para la elaboración de estudios del sector, dada por Colombia Compra Eficiente, es necesario revisar las condiciones particulares de otros procesos de contratación similares, acopiar información suficiente de precios, calidad, condiciones y plazos de entrega, información de los

proveedores, verificar la idoneidad de los mismos y plasmar tal información en los Documentos del Proceso, siempre con el propósito de que la decisión de negocio sea adecuada y garantice la satisfacción de la necesidad de la Entidad Estatal, cumpliendo los objetivos de eficiencia, eficacia y economía.

Con base en lo anterior la alcaldía de la Dorada Caldas, realiza el siguiente análisis del sector teniendo como base el objeto del contrato y las condiciones de idoneidad y experiencia que conllevan a contratar a una persona natural o jurídica que está en condiciones de desarrollar el objeto del proceso de contratación.

Se debe resaltar que todas estas personas naturales y/o jurídicas, podrían contar con experiencia, capacidad financiera, organizacional y jurídica suficiente; por lo cual las sitúan, sin perjuicio de las exigencias de la entidad dentro del proceso de selección, entre los posibles oferentes que eventualmente podrían tener la idoneidad para ejecutar el objeto del contrato.

Se revisan las empresas registradas en SECOP con los códigos UNSPSC de los bienes requeridos, se consulta el informe de Súper sociedades con los códigos 7310 Publicidad, 1811 Actividades de Impresión, 7410 Actividades especializadas de diseño y 5819 Otros trabajos de edición.

La muestra procesada corresponde a 93 empresas del sector.

ITEM	NIT	RAZÓN SOCIAL	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZON DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
1	800033055	MF PUBLICIDAD MERCADEO LIMITADA	2,8	0,09	0	0,08	0,07
2	800144934	VISION Y MARKETING SAS	1,11	0,83	0,7	0,30	0,05
3	800167898	JH HOYOS & ASOCIADOS SAS	2,03	0,64	0	0,30	0,11
4	802013501	INMOV S.A.S	1,45	0,54	10,91	0,52	0,24
5	810002605	ARIADNA SAS	2,08	0,56	2,51	0,49	0,21
6	811025635	MORALESCOM S.A.S	1,89	0,47	0,77	0,46	0,06
7	811045004	FEELING COMPANY SAS MORALESCOM SAS EN PROCESO DE NEGOIZACION DE EMERGENCIA	5,2	0,88	1,21	0,04	0,02
8	830004707	MBASAS	3	0,33	10,05	0,46	0,31
9	830026954	STRAZA SAS	1,87	0,61	1,52	0,32	0,13
10	830028713	PEOPLE MARKETING SAS	2,12	0,75	0,77	0,3	0,07
11	830047108	GRUPO ZEA SAS	1,7	0,58	0	0,46	0,19
12	830054838	ESPACIO Y MERCADEO SAS	1,6	0,62	1,55	0,34	0,13
13	830059566	OPTIMA TM SAS	4,43	0,42	61,97	0,28	0,16
14	830067529	DISENO MDC SAS	3,07	0,35	16,46	0,54	0,35
15	830081460	FENIX MEDIA GROUP SAS	2,11	0,5	7,41	0,4	0,2
16	830093596	Intera Marketing ltda	1,11	0,58	2,53	0,58	0,24
17	830098598	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS	1,56	0,89	0	0,18	0,02
18	830134474	EVOLUTION PLASTIC SAS	1,63	0,62	0,3	0,16	0,06

19	830138621	CENTRAL FILMS SAS	2,64	0,27	0	0,33	0,24
20	830503745	ON BRAND EXPERIENCE SAS	3,28	0,84	19,17	0,28	0,04
21	830511773	BRM SA	2,66	0,33	1,51	0,07	0,05
22	860039334	SOCIEDAD DIGUELI TDA	0,89	0,38	15,69	0,58	0,36
23	860076863	IDEAMOS PUBLICIDAD LTDA.	2,37	0,39	55,72	0,53	0,32
24	900011228	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	1,52	0,41	0	0,46	0,27
25	900047559	LAMUVI FILMS SAS	1,41	0,49	0	0,04	0,02
26	900147578	ESPACIOS ALTERNOS SAS	2,72	0,23	0	0,5	0,38
27	900218414	XP COLOMBIA SAS EN REORGANIZACIÓN	4,09	0,8	3,44	0,27	0,05
28	900247331	WHISKEY FILM SAS	1,4	0,71	0	0,08	0,02
29	900298176	BULL MARKETING SAS	1,24	0,78	2,08	0,45	0,1
30	900363376	ILUMEN GRAPHICS S AS	2,04	0,71	2,84	0,34	0,1
31	900366218	CROMAT1CAPEX SAS	1,81	0,4	0	0,35	0,21
32	900373599	JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.	1,56	0,26	11,94	0,26	0,19
33	900410870	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION	1,79	0,52	0	0,41	0,2
34	900518245	CARAT COLOMBIA SAS	1,02	0,97	1,11	0,54	0,02
35	900522641	NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE SAS	2,05	0,26	22,57	0,29	0,21
36	900548289	DIGIMARKETING SAS	1,91	0,52	2,95	0,28	0,13
37	900619786	LOS GOODFELLAS BIC SAS	1,68	0,56	16,44	0,36	0,16
38	900626892	DENTSU COLOMBIA SAS	2,38	0,42	21,36	0,15	0,09
39	900700061	iprospect colombia sas	1,01	0,99	0	0	0
40	900908443	BURSON COHN & WOLFE COLOMBIA S.A.S	2	0,45	0	0,56	0,31
41	901033787	OWAK SAS	0,7	0,82	0	0,27	0,05
42	901069185	MACARENA & CO SAS	1,41	0,7	0	0,24	0,07
43	901177520	PEOPLE MEDIA SAS	1,24	0,78	9,56	0,4	0,09
44	901264146-	THE JUJU S.A.S	1,21	0,76	0	0,12	0,03
45	800196312	VLMY&R COLOMBIA SAS	2,6	0,36	0	0,26	0,16
46	800240190	WUNDERMAN THOMPSON COLOMBIA S.A.S.	1,45	0,71	0	0,38	0,11
47	830060529	WAVEMAKER COLOMBIA SAS	1,76	0,56	51,36	0,91	0,41
48	830075502	J&M COMUNICACIONES SAS	1,24	0,74	3,63	0,35	0,09
49	830077417	MERCADEO RACIONAL SAS	1,16	0,83	12,29	0,73	0,13
50	830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES SAS	1,46	0,49	11,23	0,38	0,19
51	830136865	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA SAS	1,63	0,6	10,07	0,45	0,18
52	830141093	PROXIMITY COLOMBIA S.A.S	1,45	0,67	4,55	0,44	0,14

53	860015547	MMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	1,44	0,71	1,06	0,87	0,26
54	860504772	EFECTIMEDIOS SAS	1,68	0,46	0	0,16	0,08
55	890101778	SONOVISTA PUBLICIDAD S.A.	1,86	0,43	0	0,6	0,35
56	890306162	OGILVY & MATHER COLOMBIA S.A.S.	1,36	0,69	0	0,88	0,27
57	890801783	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	1,35	0,73	1,65	0,17	0,05
58	900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	1,12	0,85	2,83	0,36	0,05
59	900171676	MULTISPONSOR SAS	1,21	0,78	9,36	0,94	0,2
60	900206027	Universal Mccann servidos de medios ltda	1,46	0,68	2,94	0,1	0,03
61	900284732	PHD COLOMBIA SAS	1,09	0,87	1,77	0,42	0,05
62	800003267	INTERGRAFIC DE OCCIDENTE SAS	2,61	0,83	0,77	0,27	0,05
63	800068285	INGENIERIA GRAFICA SAS	1,64	0,59	2,93	0,72	0,29
64	817004766	ALIANZA GRAFICA SA	1,27	0,54	0	0,55	0,25
65	830014825	PAPELES PRIMAVERA SA	1,36	0,66	2,9	0,77	0,26
66	860041899	GRAFICAS JAIBER SAS	2,1	0,38	0	0,88	0,55
67	890927158	PILOTO S.A.S	1,27	0,64	2,89	0,54	0,19
68	800051708	IINTRCOLOR SAS	1,88	0,63	0,37	0,19	0,07
69	800095082	LITOGAFIA AUTONOMA DEL VALLE LAVALLE S A	1,36	0,67	3,18	0,61	0,2
70	800145414	GRAFIVISION EDITORE SAS	, 1,15	0,58	2,32	0,24	0,1
71	800176618	XPRESS ESTUDIO GRAFICO Y DIGITAL S.A.S.	1,07	0,6	2,75	0,37	0,15
72	800226417	MULTI IMPRESOS	1,51	0,64	4,27	0,66	0,24
73	802005820	DITAR S.A	1,51	0,55	0,94	0,36	0,16
74	805015407	IMAGENES GRAFICAS BIC SAS	1,09	0,62	7,86	0,79	0,3
75	805016704	INDUSTRIAS ALFA Y OMEGA SA	1,87	0,58	4,51	0,55	0,23
76	811003895	IMPRESOS EL DIA SAS	1,75	0,67	5,32	0,5	0,16
77	811044925	IMAGE EXPRESS S.A.S.	0,97	0,69	6,24	0,47	0,15
78	860000989	ALV1LLA SAS	1,43	0,52	8,19	0,17	0,08
79	860047354	PUBLIMPRESOS S.A.S	1,79	9,57	3,99	0,47	0,21
80	860507423	COMARBEL SAS	0,97	0,65	0,82	0,26	0,09
81	860516954	EDITORIAL NOMOS S.A.	1,87	0,54	2,01	0,22	0,1
82	860530764	NEIRA IMPRESORES SAS	1,05	0,61	1	0,03	0,01
83	890320135	PISCIOTTI E HIJOS Y CIA S EN C S	2,61	0,48	0	0,27	0,14
84	900277834	MEDIOS ALTERNATIVOS DE COMUNICACION SAS	0,89	0,52	13,33	0,79	0,38
85	900353476	GAMA DIGITAL SAS	1,62	0,53	20,6	0,75	0,36
86	900483868	JORGE TAUSSIG SAS	1,54	0,68	2,54	0,56	0,18
87	900486095	VIAPPIANI DE COLOMBIA S.A.S.	1,19	0,5	5,25	0,44	0,22

88	811036316	EL CIELO S.A.S.	1,6	0,35	4,05	0,45	0,29
89	830026510	VANDENENDEN S.A.S	0,83	0,42	0	0,68	0,39
90	830062113	IINNERCIA S.A.S	1,93	0,52	0	0,43	0,21
91	830104690	INTEGRA DISEÑO S.A.S	2,41	0,33	4,65	0,29	0,2
92	860048346	RONDA S.A.S	1,14	0,87	2,69	0,56	0,07
93	900284369	DISLUMBRA S.A.S	3,12	0,5	19,72	0,7	0,35

La entidad busca la participación amplia y pluralizada de proponentes, por lo tanto, aplica técnicas estadísticas que disminuyan la desviación estándar y aumenten el número de posibles empresas habilitadas, conservando siempre los principios de pluralidad y transparencia, para participar en los procesos. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

Nro.	INDICADOR	PROMEDIO	MEDIANA	MINIMO	MAXIMO	INDICE EXIGIDO
1	INDICE DE LIQUIDEZ	1,78	1,60	0,70	5,20	MAYOR O IGUAL 1,78
2	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	0,59	0,58	0,09	0,99	MENOR O IGUAL 0,58
3	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	5,96	2,51	0,00	61,97	MAYOR O IGUAL 2
4	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	0,41	0,39	0,00	0,94	MAYOR O IGUAL 0,20
5	RENTABILIDAD DEL ACTIVO	0,17	0,16	0,00	0,55	MAYOR O IGUAL 0,15

INDICADORES DE LA CAPACIDAD FINANCIERA

La evaluación financiera y organizacional de las propuestas se efectuará a partir de la información contenida en el RUP vigente y en firme. En tal sentido, la evaluación de la capacidad financiera se realizará de acuerdo con la información reportada en el Registro, de acuerdo con las disposiciones establecidas en la Subsección 5, de la Sección 1, del Capítulo 1, del Título 1, de la Parte 2 del Decreto 1082 de 2015, o las normas que las modifiquen, adicionen o sustituyan, el registro del proponente deberá estar vigente y en firme.

Los proponentes extranjeros sin domicilio o sucursal en Colombia no están obligados a tener RUP y por tanto la verificación de esta información procederá en los términos definidos en el siguiente numeral.

A través del Decreto 1041 del 21 de junio de 2022, el Gobierno Nacional extendió hasta el año 2023 la facultad de los oferentes para acreditar el mejor indicador financiero y organizacional de los últimos 3 años, sin embargo, **este no aplica para la vigencia 2025, en consecuencia, la Entidad evaluará el último año reportado por el oferente en el RUP que se encuentre en firme.**

La entidad no evaluará la información financiera con corte a 2024 en el evento en que la renovación del RUP se encuentre en trámite.” (…)

Los indicadores y el margen solicitado para el presente proceso de selección, de conformidad con el Numeral 3 del Artículo 2.2.1.1.1.5.3 del Decreto 1082 de 2015, son los que se relacionan a continuación:

AC= Activo corriente.

PC= Pasivo corriente.

PT= Pasivo total.

AT= Activo total.

UO= Utilidad operacional.

GI= Gastos de Interés

ÍNDICE DE LIQUIDEZ (IL):

Los proponentes deberán tener un Índice de Liquidez superior al **1,78,** valor basado en el análisis de las empresas del sector. Esto con el fin de que cuente con recursos al momento de firmar el acta de inicio y así proceder a iniciar la ejecución contractual sin la dependencia de la entrega del anticipo. Esto nos significa que el flujo de recursos ésta disponible para iniciar, continuar y aún terminar el servicio.

ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO (IE):

El endeudamiento se relaciona con las características propias de cada contratista previendo su solidez financiera durante la contratación y posterior al pago o finalización del contrato. El proponente deberá contar con un Índice de Endeudamiento igual o inferior al **58%**, valor basado en el análisis de las empresas del sector. Lo anterior permite durante el desarrollo del contrato contar con un respaldo para establecimiento de pasivos (créditos, deudas, etc.).

Índices de endeudamiento y liquidez adecuados, determinan las proyecciones financieras y presupuestales de las empresas ya que garantiza la facilidad de la empresa en generar flujo de efectivo lo cual respalda el proyecto puesto que contara con los recursos necesarios para cubrir sus obligaciones financieras, compromisos con proveedores, con empleados, para renovar su tecnología y para adquirir materia prima.

RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES (RCI):

La Entidad ha establecido que una RCI mayor a **2**, valor basado en el análisis de las empresas del sector, garantiza que el proponente cuenta con la capacidad de cumplir con sus obligaciones financieras y apalancar financieramente sus acreencias. A mayor cobertura de intereses, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones financieras.

CAPACIDAD ORGANIZACIONAL

La Capacidad organizacional es la habilidad de un proponente para cumplir adecuadamente el objeto del contrato en función de su organización interna. El Decreto 1082 de 2015 definió indicadores de rentabilidad para medir la capacidad organizacional de un proponente, teniendo en cuenta que una empresa está bien organizada cuando es rentable.

Los indicadores de rentabilidad definidos en este capítulo sirven para medir la efectividad en la administración de la empresa para controlar los costos y gastos; con estos indicadores podremos analizar cómo se produce el retorno de la inversión.

RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO – ROE

Con este indicador lo que se busca es medir el rendimiento generado sobre la inversión realizada por los socios en una empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros, de impuestos ni participación de trabajadores. Entre mayor sea este indicador mayor es la rentabilidad sobre los recursos propios, lo que traduce una mayor eficacia en la gestión de la empresa, por lo que se considera que el porcentaje adecuado para la Rentabilidad del Patrimonio es del **20%**, valor basado en el análisis de las empresas del sector.

RENTABILIDAD DEL ACTIVO – ROA

Con este indicador lo que se busca es medir la eficiencia o ineficiencia en la inversión de los recursos, por lo que se considera que el Porcentaje adecuado para la Rentabilidad del Activo será del **15%,** valor basado en el análisis de las empresas del sector.

Tanto los Índices financieros, como la Capacidad Organizacional, se verificarán teniendo en cuenta la información relacionada en el Certificado de Inscripción del Proponente en el Registro Único de Proponentes de la Cámara de Comercio, la cual deberá estar actualizada con corte no anterior al **31 de diciembre de 2024**, para a aquellos proponentes que a la fecha haya actualizado el RUP. Dicho certificado debe estar vigente (fecha de expedición no mayor de 30 días anteriores a la fecha de cierre), y en firme.

OFERTA

Teniendo en cuenta la naturaleza y composición del objeto de publicidad, mercadeo y material impreso, se concluye que la oferta debe ser conformada por empresas proveedoras y que realicen el suministro de material impreso y publicitario. Por lo anterior, la entidad procedió a verificar procesos de similares características ejecutados por otras entidades.

Objeto	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN, DE LA AGENDA CULTURAL DEL LANZAMIENTO DE FIESTAS DE IDEPENDENCIA DEL INSTITUTO DE PATRIMONIO Y CULTURA DE CARTAGENA, IPCC, EN EL MARCO DE LA CAMPAÑA "SI CARTAGENA", EN UN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESCRITO CON PRESENCIA DIGITAL, DE AMPLIA CIRCULACIÓN REGIONAL.
Valor	$ 34.510.000
Tipo de Selección	Mínima Cuantía
Contratante	INSTITUTO DE PATRIMONIO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS - IPCC

Objeto	ADQUISICION DE MATERIAL P.O.P. PARA LA PROMOCIÓN DEL DISTRITO ESPECIAL, TURISTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO.
Valor	$ 59.750.000
Tipo de Selección	Mínima Cuantía
Contratante	ALCALDIA DISTRITO DE RIOHACHA

Objeto	PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DE ACCIONES DE DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE LAS ESTRATEGÍAS INSTITUCIONALES EN CUMPLIMIENTO DE SU OBJETO MISIONAL Y LOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS EN EL PLAN DE DESARROLLO
Valor	$ 8.000.000
Tipo de Selección	Mínima Cuantía
Contratante	ALCALDIA DE LA CALERA, CUNDINAMARCA

Objeto	PRESTACION DE SERVICIOS LOGISTICOS ENCAMINADOS AL DESARROLLO DE EVENTOS MISIONALES DEL INSTITUTO MUNICIPAL PARA LA RECREACION Y EL DEPORTE
Valor	$ 217.000.000
Tipo de Selección	Menor Cuantía
Contratante	INSTITUTO MUNICIPAL PARA LA RECREACION Y EL DEPORTE DE CUCUTA

Las variables utilizadas para establecer el valor estimado del contrato fueron los precios del mercado, basados en precios unitarios de los productos señalados en la ficha técnica de la presente contratación, para lo cual se solicitaron cotizaciones en la plataforma secop II con base en las condiciones técnicas exigidas, con los siguientes resultados con el fin de establecer el presupuesto oficial de cada Ítem o elemento a adquirir:

ITEM	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	COTIZACION 1 RED S&C S.A.S			COTIZACION 2 CONECTA SAS			COTIZACION 3 UNISOLUCIONES SAS		
				V/R UNIT	IVA	V/R TOTAL CON IVA	V/R UNIT	IVA	V/R TOTAL CON IVA	V/R UNIT	IVA	V/R TOTAL CON IVA
1	Servicio de radiodifusión en emisora local con Amplitud Modulada en las siguientes características: Duración de la cuña mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	12,960	2,462	15,422	13,527	2,570	16,097	14,094	2,678	16,772
2	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	18,468	3,509	21,977	8,100	1,539	9,639	28,836	5,479	34,315
3	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	8,453	1,606	10,059	8,100	1,539	9,639	8,808	1,674	10,482
4	Servicio de radiodifusión en emisora local de carácter comunitario con Frecuencia Modulada en las siguientes características: Cuña con duración de mínimo 30 segundos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	8,116	1,542	9,658	8,019	1,524	9,543	8,213	1,560	9,773
5	Servicio de radiodifusión en emisora de carácter regional y juvenil con Frecuencia Modulada en las siguientes características: capsula con una duración de minimo 15 minutos. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	676,350	128,507	804,857	664,200	126,198	790,398	688,500	130,815	819,315
6	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad.	Unidad	1	11,879	2,257	14,136	10,799	2,052	12,851	19,930	3,787	23,717

7	Servicio de difusión de nota informativa en medios digitales de reconocimiento local y/o regional, mediante publicación de video con duración mínima de 1 minuto o fotografías remitidas por la entidad, mínimo 3. De acuerdo a la solicitud del supervisor.	Unidad	1	63,787	12,120	75,907	62,370	11,850	74,220	65,205	12,389	77,594
8	Servicio de cubrimiento y publicación en redes sociales de eventos deportivos y culturales locales con las siguientes características: con duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información deportiva y/o cultural y recolección de material para promoción de eventos deportivos.	Unidad	1	101,452	19,276	120,728	93,150	17,699	110,849	109,755	20,853	130,608
9	Servicio de maestro de ceremonia en los eventos requeridos por la entidad	Unidad	1	147,444	28,014	175,458	137,700	26,163	163,863	157,188	29,866	187,054
10	Servicio de publicación en medio de comunicación regional y/o local, escrito y/o digital, con las siguientes características: Publicación en periódico digital: 1080 * 1080 que incluye articulo periodístico de profundidad frente a los hechos más relevantes del municipio de acuerdo a solicitud de la entidad.	Unidad	1	877,651	166,754	1,044,405	745,200	141,588	886,788	811,425	154,171	965,596
11	Posicionamiento digital de la marca territorio La Dorada Enamora a traves de asesoría en comunicación digital que incluyen diseño de piezas gráficas e informe de las actividades realizadas.	Unidad	1	340,200	64,638	404,838	324,000	61,560	385,560	350,325	66,562	416,887
12	Elaborar informe de marketing digital que incluya el análisis de métricas, diagnóstico del desempeño y propuesta de acciones de mejora para las redes sociales del municipio. Con el fin de conocer el comportamiento de redes sociales del municipio y el impacto de la población. Estará sujeto a solicitud del supervisor de acuerdo a la necesidad.	Unidad	1	1,360,800	258,552	1,619,352	1,296,000	246,240	1,542,240	1,401,348	266,256	1,667,604

13	Servicio de produccion de audio, que implica grabación de voces, posproducción y entrega de producto: Con una duración minima de 15 minutos.	Unidad	1	340,200	64,638	404,838	332,100	63,099	395,199	342,225	65,023	407,248
14	Servicio de campaña sobre temas de interés público definido por la entidad mediante material publicitario que comprende: • Pendón: (tipo telón) impresión digital a full color de tejido sintético gran formato banner de 13 onzas, ello a razón de metraje definido por la entidad. 40 metros • 5.000 volantes : media carta, propalcote, full color, incluye diseño, unidad de medida millar.	Unidad	1	3,053,070	580,083	3,633,153	2,997,000	569,430	3,566,430	3,080,025	585,205	3,665,230
15	Servicio de cubrimiento y emisión en noticiero digital con alcance local: nota periodistica con una duración mínima de 2 minutos en los cuales se emita información de proyectos y actividades de la entidad. Se realizará de acuerdo a requerimiento del supervisor.	Unidad	1	123,120	23,393	146,513	121,500	23,085	144,585	124,740	23,701	148,441
16	Servicio de difusión en televisión de carácter local con las siguientes características: Emisión de comercial con duración de mínimo 1 minuto. En el horario definido por la entidad. orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	1	14,175	2,693	16,868	13,770	2,616	16,386	14,665	2,786	17,451
17	Servicios de radiodifusión en una emisora para público juvenil con frecuencia modulada (FM), la emisión será de cuña de mínimo 30 segundos de duración. Orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	1	8,505	1,616	10,121	8,100	1,539	9,639	8,759	1,664	10,423

18	Servicios de radiodifusión en una emisora con frecuencia modulada (FM), con alcance regional, la emisión será de cuña mínimo de 30 segundos de duración. Orientados a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada.	Unidad	1	15,390	2,924	18,314	14,580	2,770	17,350	16,200	3,078	19,278
19	Servicios de perifoneo con información institucional orientada a la implementación de estrategias de información de la campaña "La Fuerza de la Salud", en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas de la División de Salud Pública del municipio de La Dorada; Los cuales deberan realizarse con una duración mínima de una hora.	Unidad	1	19,440	3,694	23,134	19,035	3,617	22,652	19,847	3,771	23,618
20	Servicio de pauta publicitaria para las redes sociales del municipio, a necesidad de la entidad, mediante anuncio, el cual puede estar orientado a: awareness, crecimiento, interacción y tráfico.	Unidad	1	270,540	51,403	321,943	267,300	50,787	318,087	273,780	52,018	325,798
21	Cubrimiento en rueda de prensa o transmisión en vivo o entrevista en directo, requerida por el municipio, mediante medios televisivos o digitales o radiales, por duración definida por cada evento que no sea inferior a 5 minutos.	Unidad	1	183,060	34,781	217,841	178,200	33,858	212,058	188,179	35,754	223,933
TOTAL						**9,109,521**			**8,714,073**			**9,201,136**

Para la estimación del presupuesto oficial se tuvo en cuenta la cotización de menor precio del interesado **CONECTA SAS**, por valor de **OCHO MILLONES SETECIENTOS CATORCE MIL SETENTA Y TRES PESOS ($8.714.073) M/CTE, incluido Iva, impuestos de ley y demás costos directos e indirectos.**

Por tratarse de una contratación de monto agotable, los resultados anteriores corresponden a valores unitarios, no obstante, el valor del contrato será adjudicado por la suma de **TRESCIENTOS SESENTA Y SEIS MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS ($366.500.000), M/CTE. EL CONTRATO SE SUSCRIBIRÁ POR LA TOTALIDAD DEL PRESUPUESTO OFICIAL A MONTO AGOTABLE.**

Nota: El proponente deberá cotizar todos y cada uno de los ítems establecidos en el **FORMULARIO ECONOMICO** y no podrá modificar, suprimir o alterar sus unidades y cantidades so pena de evaluar la propuesta como **RECHAZADA**

EL PROPONENTE DEBERÁ DILIGENCIAR LOS VALORES UNITARIOS EN EL FORMATO Nro. 8 FORMULARIO ECONOMICO, SIN EXCEDER LOS PRECIOS TECHO ESTIMADOS EN EL ANEXO 3 DE PRESUPUESTO POR CADA ITEM Y ADJUNTARLO EN FORMATO EXCEL Y PDF DEBIDAMENTE SUSCRITO POR EL REPRESENTANTE LEGAL DEL PROPONENTE.

6. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA SU JUSTIFICACIÓN, INCLUYENDO FUNDAMENTOS Y ASPECTOS JURÍDICOS Y/O TÉCNICOS.

a. MODALIDAD DE SELECCIÓN

Teniendo en cuenta la naturaleza y valor del objeto que se pretende contratar el proceso se llevara a cabo por la modalidad de Selección Abreviada de Menor Cuantía de conformidad con lo estipulado en el literal b) del numeral 2° del artículo 2° de la Ley 1150 de 2007 y el Artículo 2.2.1.2.1.2.20 y siguientes del Decreto 1082 de 2015.

7. CRITERIOS DE SELECCIÓN – MENOR PRECIO

La modalidad de selección determinada es la “SELECCIÓN ABREVIADA POR MENOR CUANTIA” por lo tanto se escogerá la propuesta más favorable de conformidad en lo establecido en la Ley 80 de 1993: Establece el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública; Ley 1150 de 2007: Introduce modificaciones al régimen de contratación pública, incluyendo modalidades de selección abreviada; y Decreto 1082 de 2015: Compila y reglamenta disposiciones relacionadas con la contratación pública. Que cumpla con los siguientes criterios:

- **Cumplimiento de Requisitos Legales**: Los proponentes deben acreditar su existencia y representación legal, así como estar habilitados para contratar con el Estado.
- **Capacidad Jurídica, Financiera y Técnica**: Deben demostrar que cuentan con la capacidad necesaria para ejecutar el contrato.
- **Experiencia**: Acreditar experiencia en la ejecución de contratos similares al objeto del proceso.
- **Oferta Económica**: Presentar una propuesta económica competitiva que cumpla con los requisitos establecidos en los pliegos de condiciones.
- **Cumplimiento de Especificaciones Técnicas**: La oferta debe ajustarse a las especificaciones técnicas requeridas por la entidad contratante.

8. LA INDICACIÓN DE SI EL PROCESO DE CONTRATACIÓN ESTÁ COBIJADO POR UN ACUERDO COMERCIAL.

Se realizó el análisis correspondiente con el fin de determinar si la contratación se encuentra o no cobijado por un Acuerdo Internacional o un Tratado de Libre Comercio suscrito por el Estado Colombiano, teniendo en cuenta las obligaciones en ellos contenidas.

De conformidad con lo anterior, se verificó cada uno de los Acuerdos Internacionales o tratados aplicables para el Departamento de Cundinamarca, teniendo como referencia principal el valor

del presupuesto oficial del presente proceso de contratación, aplicando las excepciones de los Acuerdos Comerciales para las Entidades Estatales públicas del nivel departamental obligadas.

8.1 APLICACIÓN DE LOS ACUERDOS COMERCIALES PARA ENTIDADES ESTATALES DEL NIVEL DEPARTAMENTAL

ACUERDO MUNICIPAL		VALOR A PARTIR DEL CUAL EL ACUERDO COMERCIAL ES APLICABLE	EXCEPCIONES
ALIANZA DEL PACIFICO	CHILE	Bienes y Servicios $ 1.147.016.154 Servicios de Construcción $ 28.675.403.847	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 12, 14, 15, 16, 17, 19, 28, 29, 32, 35, 37, 55, 61
	PERU		
CHILE		Bienes y Servicios $ 1.148.221.780 Servicios de Construcción $ 28.705.544.496	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 28, 29, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 47
COREA		Bienes y Servicios $ 1.147.000.000 Servicios de Construcción $ 86.020.000.000	1, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 19, 28, 29, 32, 34, 35, 37, 57, 58
MEXICO		NO APLICA	NO APLICA
COSTA RICA		Bienes y Servicios $ 2.030.722.904 Servicios de Construcción $ 28.617.834.543	1, 3, 4, 5, 6 ,7, 9, 12, 14, 15, 16, 17, 19, 28, 29, 32, 35, 37, 57, 58, 61
CANADA		NO APLICA	NO APLICA
ESTADOS AELC		Bienes y Servicios $ 1.071.3540.018 Servicios de Construcción $ 26.783.850.461	1, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 19, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37
ESTADOS UNIDOS		Bienes y Servicios $ 2.03.722.904 Servicios de Construcción $ 28.617.834.543	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 12, 14, 15, 16, 17, 19, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37
TRIANGULO DEL NORTE	EL SALVADOR	Es aplicable a los Procesos de Contratación a partir del límite inferior de la menor cuantía	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 14, 20, 38, 48, 49, 59
	GUATEMALA		1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 14, 20, 21, 50, 51, 52, 53, 59
UNION EUROPEA		Bienes y Servicios $ 1.071.354.018 Servicios de Construcción $ 26.783.850.461	1, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 23, 28, 29, 31, 32, 35, 37, 49, 57, 61
ISRAEL		Bienes: Umbral 250.000 DEG Servicios: Umbral: 250.000 DEG Servicios de Construcción: Umbral: 5.000.000 DEG	
REINO UNIDO DE GRAN BRETAÑA E IRLANDA DEL NORTE		Bienes y Servicios $ 1.148.221.780 Servicios de Construcción $ 28.705.544.496	
La Decisión 439 de 1998 de la Secretaría de la CAN es aplicable a todos los Procesos de Contratación de las Entidades Estatales de nivel departamental obligadas, independientemente del valor del Proceso de Contratación			

La tabla muestra los plazos previstos en los Acuerdos Comerciales, incluyendo los plazos para los Procesos de Contratación de Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes y de los Procesos de Contratación cuya información ha sido publicada en el Plan Anual de adquisiciones.

El cuadro comercial con el Reino Unido fue aprobado en Colombia por el congreso de la República mediante Ley 2067 del 23 de diciembre de 2020 y se espera la revisión del acuerdo por parte de la corte constitucional para su entrada en vigor, en este sentido, las condiciones comerciales que se viene aplicando para el Reino Unido, desde el 1 de enero del 2021, son las misma que se venían aplicando en el acuerdo multipares de los países andinos con la Unión Europea, tal como fue acordado mediante el intercambio de notas diplomáticas No. S-GTAJI-19-044595 que sustente este entendimiento de transición. La decisión 439 de 1998 de la secretaria de la CAN es aplicable a todos los procesos de contratación de las entidades estatales de nivel Departamental obligadas, independientemente del valor del proceso de contratación. Fuente: Colombia Compra Eficiente.

En los casos en que exista Trato Nacional por reciprocidad, la Entidad Estatal debe otorga a los bienes y servicios y/o proveedores extranjeros, el mismo trato que da a los bienes, servicios y/o proveedores nacionales y en consecuencia dar a esas ofertas el puntaje adicional de que trata la Ley 816 de 2003 y las preferencias en caso de empates de acuerdo con el numeral 1 del artículo 35 de la Ley 2069 de 2020, así como las demás prerrogativas en cabeza de la industria colombiana. Lo anterior, siempre que el oferente del bien o servicio acredite que cumple con la regla de origen del país al que se certificó el Trato Nacional por reciprocidad. La tabla muestra los plazos previstos en los Acuerdos Comerciales, incluyendo los plazos para los Procesos de Contratación de Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes y de los Procesos de Contratación cuya información ha sido publicada en el Plan Anual de adquisiciones.

TABLA DE VERIFICACIÓN DE TRATADOS INTERNACIONALES

ACUERDO COMERCIAL	ENTIDAD ESTATAL INCLUIDA	PRESUPUESTO DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN SUPERIOR AL VALOR DEL ACUERDO COMERCIAL	EXCEPCIÓN APLICABLE AL PROCESO DE CONTRATACIÓN	PROCESO DE CONTRATACIÓN CUBIERTO POR EL ACUERDO COMERCIAL
ALIANZA DEL PACIFICO CHILE	SI	NO	NO	NO
ALIANZA DEL PACIFICO PERÚ	SI	NO	NO	NO
ALIANZA DEL PACIFICO MÉXICO	N/A	N/A	N/A	N/A
CANADÁ	N/A	N/A	N/A	N/A
CHILE	SI	NO	NO	NO
COREA	SI	NO	NO	NO
COSTA RICA	SI	NO	NO	NO
ESTADOS AELC	SI	NO	NO	NO
ESTADOS UNIDOS	SI	NO	NO	NO
TRIÁNGULO DEL NORTE GUATEMALA – SALVADOR	SI	NO	NO	SI
UNIÓN EUROPEA	SI	NO	NO	NO
ISRAEL	SI	NO	NO	NO
REINO UNIDO DE GRAN BRETAÑA E IRLANDA DEL NORTE	SI	NO	NO	NO

[3]

De acuerdo con la tabla de verificación de tratados internacionales, el presupuesto del proceso de contratación NO es superior al valor del acuerdo comercial. El proceso NO ostenta excepciones. El presente proceso está cubierto por Acuerdos con TRIANGULO DEL NORTE (GUATEMALA- SALVADOR) Y LA CAN.

[3] FUENTE COLOMBIA COMPRA EFICIENTE

9. LAS GARANTÍAS QUE LA ENTIDAD ESTATAL CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN.

De acuerdo al Decreto 1082 de 2015 Subsección 5, articulo 2.2.1.2.1.5.4, la entidad estatal es libre de exigir o no el otorgamiento de Garantías. En el presente caso, dada la naturaleza del objeto del contrato y su forma de ejecución, la entidad considera necesario requerir que el contratista allegue garantía única que cubra los siguientes amparos:

AMPARO	VIGENCIA	VALOR
Cumplimiento	Igual al plazo de ejecución y 4 meses más	10 % del valor del contrato.
Calidad del servicio	Igual al plazo de ejecución y 4 meses más	10% del valor del contrato.
Pago de salarios y prestaciones Sociales	Igual al plazo de ejecución y 3 años más	5% del valor del contrato
Responsabilidad Extracontractual	Igual al plazo de ejecución y 4 meses más	200 SMLMV.

En caso de que haya necesidad de adicionar, prorrogar o suspender la ejecución del presente contrato, el contratista se obliga a modificar la garantía única de acuerdo con las normas legales vigentes, así como a mantener vigente la garantía cuando el valor de la misma sea afectado por razón de siniestros.

10. PRECIOS ARTIFICALMENTE BAJOS

De conformidad con lo señalado en el artículo 2.2.1.1.2.2.4 del Decreto 1082 de 2015, si de acuerdo con la información obtenida por el Municipio de La Dorada en su deber de análisis de que trata el artículo 2.2.1.1.2.2.4 de la misma norma el valor de una oferta parece artificialmente bajo, debe requerir al oferente para que explique las razones que sustenta el valor ofrecido. Analizada las explicaciones, el comité evaluador o quien haga la evolución de las ofertas, debe recomendar o rechazar la oferta o continuar con el análisis de esta en la evaluación. Cuando el valor de la oferta sobre el cual se tuvo dudas en su valor responde a circunstancias objetivas del oferente de su oferta que no ponen en riesgo el cumplimiento del contrato si este es adjudicado a tal oferta, la Entidad debe continuar con su análisis en el proceso de evolución de ofertas. La metodología para utilizar será la dispuesta por Colombia Compra Eficiente CCE, a través de su "Guía para el manejo de ofertas artificialmente bajas en Procesos de Contratación."

11. ANÁLISIS DEL RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO

De acuerdo con el artículo 4° de la Ley 1150 de 2007, el Decreto 1082 de 2015 y el Manual para la Identificación y Cobertura del Riesgo en los Proceso de Contratación" de Colombia Compra Eficiente, se realizó el análisis del riesgo, el cual se encuentra plasmado en el documento anexo a este estudio.

Se firma en La Dorada, Caldas a los tres (3) días del mes de junio de dos mil veinticinco (2025).

FRANCY MARGOTH MARROQUIN TRIANA
Contador Público – Especialista en Contratación Estatal
Responsable Financiero y Económico