ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

CONTRATACION DIRECTA

AUNAR ESFUERZOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS, FINANCIEROS Y LOGÍSTICOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE UNIDADES DE NEGOCIOS GASTRONÓMICOS, DE LA VÍA AL MAR, SECTOR LOMITA ARENA, BOLÍVAR

I. Introducción

El municipio de Santa Catalina, al cual pertenece el corregimiento de “Lomita Arena”, y dentro de este el sector de intervención, esto es, las unidades de negocios gastronómicos (venta de fritos, servicio de restaurante, refresquería, etc.) ubicados en la Vía al Mar, a un costado de las playas de este sector del departamento de Bolívar, se caracteriza por ser un territorio de vocación turística, tanto por la proximidad a la capital (dista 47 Km al noroeste), como por ser además de Cartagena, el único municipio costero del departamento.

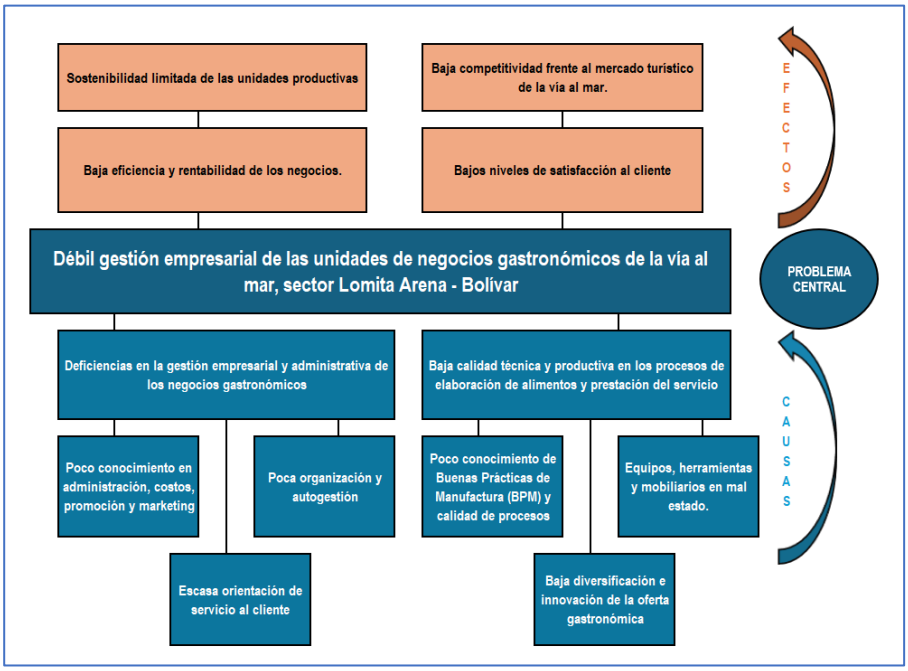
No obstante, esta ventaja natural competitiva por su ubicación y características, propicias para el aprovechamiento optimo del potencial turístico, se ven menguadas por factores estructurales de desarrollo, tales como la distribución geográfica de la población, concentrada en un 62% en zona rural disperso (corregimientos), un Índice de Pobreza Multidimensional departamental del 21,5,8% (DANE 2024), una cobertura municipal (Santa Catalina) de acueducto del 78,5%, y una cobertura de alcantarillado cero (0) una deficiente infraestructura turística, y una dinámica económica altamente informal prácticamente dependiente de la actividad turística, con una precarización a nivel de ingresos y de oportunidades laborales.

Es precisamente sobre el último de los factores indicados, sobre los cuales busca incidir la iniciativa, ya que en efecto, parte de la problemática descrita, aplica para el sector de “Lomita Arena”, donde se encuentran ubicados diecisiete (17) unidades de negocios gastronómicos (a orillas de la vía al mar), que hacen parte de la cadena de valor del sector turístico y de la oferta de servicios del territorio, en los que se pudieron caracterizar falencias significativas a nivel de su gestión empresarial, que afectan la productividad y la eficiencia de tales negocios, pues, cuando no se tiene una visión gerencial de los negocios, cuando hay debilidades a nivel del componente técnico-productivo, cuando la gestión se caracteriza por la no aplicación de procedimientos administrativos técnicos y/o formales, y cuando hay deficiencias a nivel de las estrategias de promoción y publicidad, el proceso de creación de valor agregado es más bajo, el ritmo de acumulación de capital de los negocios es más lento, la sostenibilidad económica de los negocios es incierta, y se desaprovechan las oportunidades de ensanchamiento y desarrollo de los mismos, y del territorio, que ofrece el sector turístico.

Ciertos elementos de caracterización de las Unidades de Negocios, identificadas a partir de investigación de campo y aplicación de instrumento de captura de información por parte del municipio de Santa Catalina, dan cuenta de las condiciones de debilidad y/o bajo nivel de desarrollo empresarial de éstas, lo cual en general, repercute en la baja calidad de la oferta de servicios que se brindan a los clientes en general, y en niveles de falencias funcionales y estratégicas como: Un 33%

de las unidades de negocios son informales, un 47% no están bancarizados, un 22% se encuentran en inactividad, el 24% de su inventario de equipo, mobiliario y herramientas están en un estado entre regular y malo, solo el 44% tiene ventas superiores a $3.000.000 mensuales, un 44% no aplica ninguna estrategia de marketing, el 78% no lleva ningún tipo de registro contable, el 74% desconoce su margen de rentabilidad, y el 100% maneja una absoluta informalidad en temas de laborales y de seguridad en el trabajo, entre otros elementos; actualmente las 17 unidades objeto de intervención contribuyen a la creación de 66 oportunidades de generación de ingresos, los cuales hacen parte de la población ampliada de beneficiarios a ser atendidos.

Finalmente indicar, que, según documento académico de la Universidad e Cartagena de 2015, se pudo establecer que el flujo de pasajeros que transitan en bus y/o en automóvil en los trayectos Barranquilla-Cartagena-Barranquilla, para esa época era cercano a los seis (6) millones de personas, lo cual, actualizado a la fecha, refleja un mercado potencial muy amplio de clientes o usuarios de los servicios gastronómicos, que bien podría maximizarse.



ANTECEDENTES

El corredor gastronómico de la Vía al Mar, especialmente en el sector de Lomita Arena – Bolívar, ha sido reconocido en los últimos años como un punto estratégico para el turismo regional, impulsado por la afluencia de visitantes que transitan hacia zonas de playa, rutas ecológicas y atractivos culturales del departamento. En este corredor, diversas familias y pequeños emprendedores han consolidado unidades de negocio gastronómicas que ofrecen productos típicos, bebidas, pescados y mariscos, convirtiéndose en una fuente esencial de ingresos y empleo local.

A pesar de este potencial, distintos diagnósticos sectoriales realizados por entidades territoriales, así como experiencias previas de asistencia técnica y procesos comunitarios, han evidenciado limitaciones históricas en la gestión empresarial de estas unidades económicas. En intervenciones anteriores se ha identificado que la mayoría de los negocios operan bajo esquemas informales, sin planificación financiera, sin estrategias de mercadeo, y con brechas importantes en estándares de calidad, manipulación de alimentos y atención al cliente.

La infraestructura y dotación disponible en los establecimientos tampoco ha acompañado su crecimiento. En ejercicios institucionales previos —algunos liderados por alcaldías, cámaras de comercio o programas de turismo y desarrollo económico— se han promovido capacitaciones básicas, pero no se han materializado inversiones en dotación, equipamiento gastronómico o herramientas tecnológicas que fortalezcan la operación diaria, la estandarización de procesos y la oferta de valor para turistas y habitantes locales. De igual manera, el territorio no ha contado con un proyecto integral que articule capacitación, fortalecimiento empresarial y dotación, lo cual ha generado que los avances sean parciales, de corto alcance y no sostenibles en el tiempo. Las asociaciones locales, cuando existen, presentan bajos niveles de organización, y los emprendimientos generalmente funcionan de manera aislada, sin estrategias conjuntas para mejorar la competitividad del corredor gastronómico.

De acuerdo a la reciente publicación denominada “Caracterización competitividad y productiva del departamento de Bolívar (2025), se da cuenta de las realidades anteriormente indicadas, en términos de ausencia de Planes Estratégicos de Turismo Municipal en municipios como por ejemplo Santa Catalina, las limitaciones a nivel de infraestructura y servicios públicos, así como también el marco de informalidad asociada a la gestión de las unidades de negocios localizadas en el sector de Lomita Arena, en particular.

En este contexto, surge la necesidad de un proyecto que integre procesos de formación, asesoría, fortalecimiento productivo y provisión de dotación adecuada. Esto permitirá cerrar brechas históricas y consolidar un corredor gastronómico más competitivo, seguro, atractivo y capaz de generar ingresos estables y sostenibles para la comunidad de Lomita Arena.

JUSTIFICACIÓN

El sector Lomita Arena, ubicado sobre la Vía al Mar del municipio de Santa Catalina, posee un alto potencial turístico debido al flujo constante de visitantes en la ruta Cartagena–Barranquilla y a la vocación costera del territorio. Sin embargo, este potencial no se materializa plenamente en oportunidades económicas sostenibles para los diecisiete (17) negocios gastronómicos existentes, los cuales presentan importantes limitaciones empresariales, técnicas y operativas.

La problemática central —*débil gestión empresarial de las unidades gastronómicas*— se agrava por dos factores clave:

1. El bajo nivel de capacidades empresariales, técnicas y comerciales; y
2. La insuficiente dotación, equipos y condiciones físicas para operar adecuadamente. Esto impide la implementación de buenas prácticas, la mejora de la calidad del producto, la fijación adecuada de precios, la promoción turística y la prestación de servicios de alto estándar.

En este contexto, el proyecto se justifica porque ataca de manera integral ambas dimensiones del problema:

- Fortalece la gestión empresarial mediante formación, acompañamiento técnico y herramientas de administración.
- Mejora la operación gastronómica a través de la adquisición de dotación básica, equipos y utensilios, que son indispensables para garantizar inocuidad, eficiencia y calidad.

Con ello, el proyecto no solo eleva la competitividad de los negocios intervenidos, sino que contribuye a dinamizar la economía local, mejorar los ingresos familiares, incentivar la formalización y posicionar la vía al mar como un destino gastronómico emergente. Asimismo, permite aprovechar de manera estratégica el amplio mercado potencial de viajeros que transitan por el corredor turístico, generando valor económico y social sostenible para el territorio.

LOCALIZACIÓN

Loma de Arena, también conocido como "Lomita Arena", es un corregimiento colombiano ubicado en el municipio de Santa Catalina en el departamento de Bolívar, en la región del litoral del Caribe, a 47 km al noreste sobre la Vía al Mar (Ruta Nacional 90A) que comunica a las ciudades de Barranquilla y Cartagena. Limita al norte y occidente con el corregimiento de Galerazamba, al oriente con el mar Caribe y Cartagena de Indias y al sur con el municipio de Santa Catalina. Sus coordenadas geográficas son: 10°43’59”N 75°15’58”O.

La población se dedica predominantemente a la pesca y pocas veces a la agricultura. El relieve del corregimiento es uniformemente llano, con algunas curiosidades geológicas como el volcán de lodo

del Totumo, uno de los atractivos turísticos del corregimiento. Al norte, cerca de la ensenada de Galerazamba, las tierras son bajas y desagua la ciénaga del Totumo, que también comparte con el departamento del Atlántico.

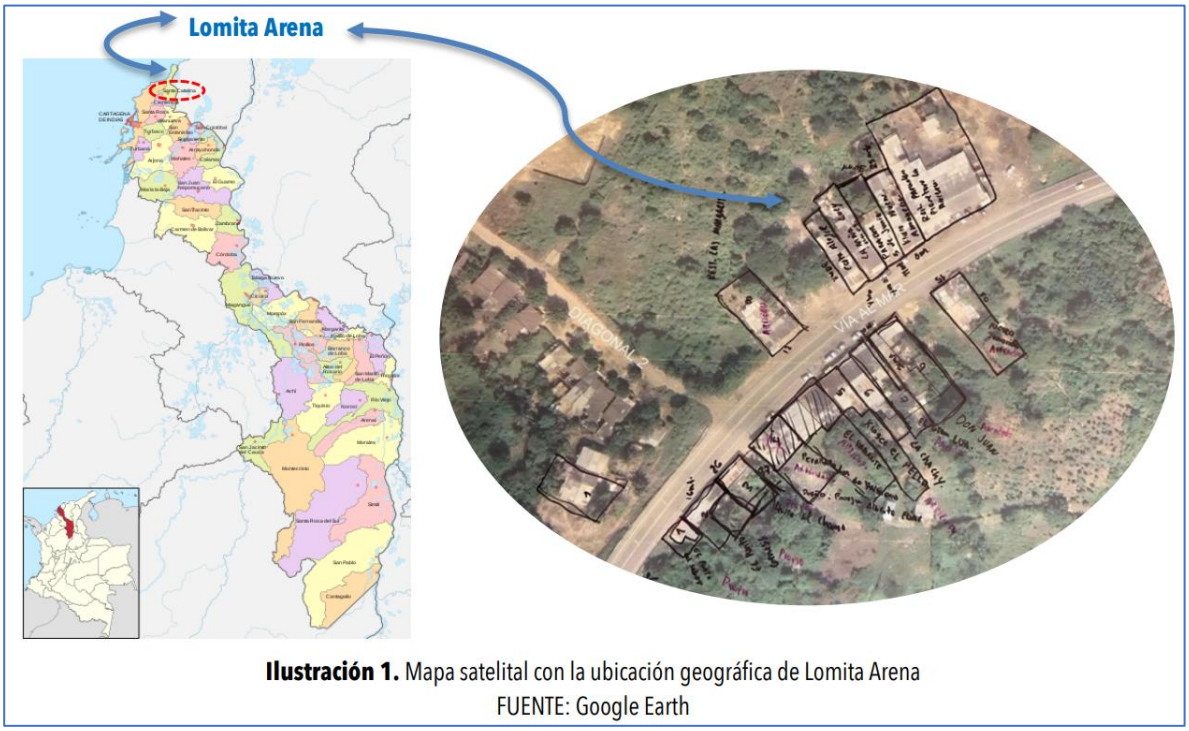


Ilustración 1. Mapa satelital con la ubicación geográfica de Lomita Arena
FUENTE: Google Earth

En el sector conocido como la Curva de Lomita Arena, se han ubicado desde hace aproximadamente 35 años, unas familias procedentes en su gran mayoría de Luruaco, trayendo consigo la tradición de hacedores de arepas de huevos, que con el tiempo han extendido la variedad de productos ofertados a arepas dulces, empanadas, chicharrones y demás productos fritos, frutas, tubérculos y otros productos alimenticios para consumir de rapidez. Los principales clientes son las personas que pasan en su ruta de Cartagena a Barranquilla y viceversa, la gran mayoría turistas, que han hecho de este sitio un parador turístico gastronómico, atraídos por la fama que tiene a nivel nacional la arepa de huevo.



Ilustración 2. Mapa con la ubicación geográfica de las unidades de negocio en Lomita Arena
FUENTE: https://www.google.com.co/maps/place/Loma+de+Arena,+Santa+Catalina,+Bol%C3%ADvar/@10.7402997,-75.2594034,183m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8ef669510db26ea7:0xd63a896b764a5a7e!8m2!3d10.7315108!4d-75.2647776?hl=es-419

Esta zona se caracteriza por tener en su entorno el volcán del Totumo, cono volcánico lleno de lodo de aproximadamente unos 20 metros de altura, ubicado a unos 2,6 km del sector de la Curva de Lomita Arena, junto a la Ciénaga del Totumo y cerca de la frontera con el departamento del Atlántico, al cual se llega a través de un camino carreteable en regular estado desde la Vía al Mar, y donde llegan al mes más de 1.500 turistas nacionales y extranjeros aproximadamente, a tomar baños medicinales de lodo dentro del cráter del volcán, al que se llega a través de una escalera rústica de madera. Estos turistas son también clientes de los vendedores de comidas del sector de la Curva de Lomita Arena.

Como cabecera municipal, Santa Catalina de Alejandría hace parte del ZODES (Zona de Desarrollo Económico y Social) del Dique, además de Loma de Arena, cuenta en su división política con los corregimientos de Galerazamba, Pueblo Nuevo, Hobo y Colorado. Tiene al Mar Caribe como su principal fuente hídrica y la ciénaga del Totumo como fuente de agua dulce y principal fuente económica de esta zona costera, además de la agricultura, pesca, ganadería y explotación de sal,

El municipio tiene como principal problemática los altos niveles de pobreza, ya que según datos extraídos del DANE en su Informe de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) del Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) 2018, estos niveles se encuentran por debajo de las cifras del departamento de Bolívar y aún más alejadas del país. El modelo de desarrollo económico de este

municipio está basado en la promoción como alternativa de un turismo sostenible, aprovechando las ventajas de la ubicación geográfica de sus corregimientos de Loma de Arena y Galerazamba, así como sus condiciones y características especiales como zona de atractivos turísticos nacionales (volcán del Totumo, ciénaga del Totumo, salinas de Galerazamba), áreas de bosques protegidos y planas , que permite el desarrollo de actividades de turismo, al encontrarse la carretera nacional 90A, Autopista Vía al Mar, en concesión territorial uniendo a Barranquilla y Cartagena, las dos ciudades con mayor dinamismo económico y desarrollo urbanístico y turístico de la Región Caribe.

Esta última situación referida, ha conllevado un alto tráfico vehicular sobre el sector conocido como la Curva de Lomita Arena o Zarabanda, punto de referencia donde los viajeros pueden encontrar una oferta gastronómica de comidas fritas y ligeras, así como variedad de productos agrícolas propios de la zona.

SOLUCIÓN A LA PROBLEMÁTICA

Fortalecimiento de la gestión empresarial de las unidades de negocios gastronómicos de la vía al mar, sector Lomita Arena – Bolívar.

Esta alternativa propone desarrollar un proceso integral de fortalecimiento empresarial que permita mejorar la organización, operación y sostenibilidad de los negocios gastronómicos ubicados en el corredor turístico de la vía al mar. Incluye actividades de capacitación técnica y empresarial, asesoría directa, estandarización de procesos, implementación de buenas prácticas de manipulación de alimentos, y diseño de estrategias de mercadeo y atención al cliente.

El proyecto también contempla la dotación de equipos y herramientas básicas para la operación gastronómica, permitiendo mejorar la calidad del servicio, la productividad y la seguridad alimentaria.

Esta alternativa impacta directamente la raíz del problema, al mejorar la capacidad de gestión, la competitividad y el desempeño económico de las unidades productivas, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Atiende directamente el problema identificado: débil gestión empresarial.
- Es más costo–efectiva.
- Su ejecución es viable y rápida.
- Sus impactos son sostenibles y fortalecen la competitividad.
- La dotación productiva complementa el fortalecimiento, potenciando resultados.

En este orden de ideas, bajo los antecedentes, la necesidad y los objetivos anteriormente descritos, y en especial lo dispuesto en el artículo 355 de la Constitución Política, la Secretaría de Desarrollo Económico recibió una solicitud de convenio de asociación por parte de una entidad sin ánimo de lucro – (ESAL) que se encontrarían en la posibilidad de cumplir con el objeto y las actividades propuestas con el presente proceso, con conocimientos claros sobre las actividades requeridas para el logro de los objetivos propuestos y resultados esperados, con la capacidad de acompañar a la Secretaria y realizar un aporte propio para la consecución de estos.

Teniendo como objetivo general promover el fortalecimiento de la gestión empresarial de unidades de negocios gastronómicos, de la vía al mar, sector lomita arena, Bolívar.

La Secretaría de Desarrollo Económico del Departamento de Bolívar, en el presente estudio establece la necesidad de formar a las 17 unidades productivas que atienden en el sector de la referencia, teniendo en cuenta la intervención de infraestructura que actualmente adelanta la misma entidad territorial.

Por lo anterior, se hace necesario adelantar un convenio de asociación de acuerdo con el Decreto 092 de 2017, que permita formalizar un vínculo jurídico con actores estratégicos, que cuenten con la experiencia, los programas y el conocimiento e idoneidad, con el fin de fortalecer las capacidades de las unidades productivas en el área de influencia del proyecto.

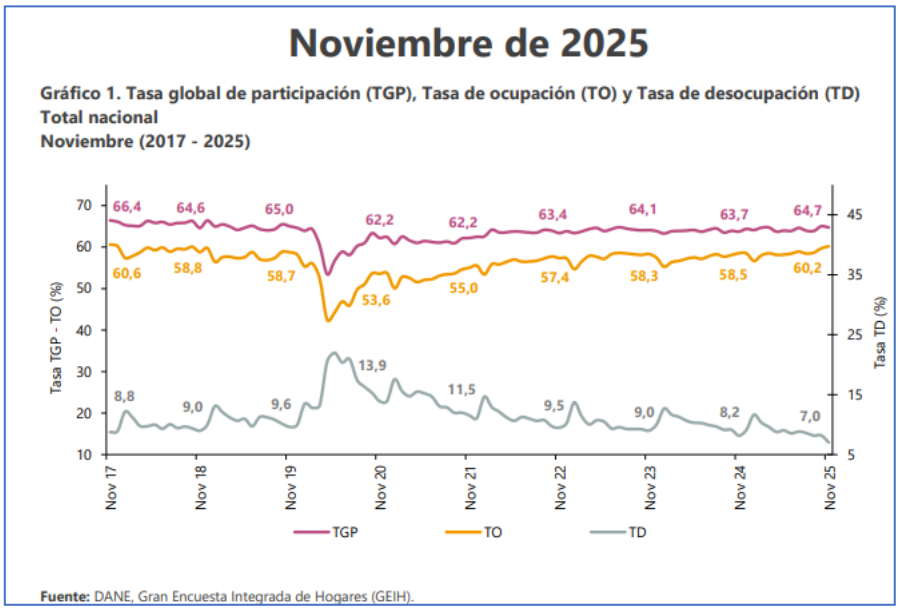
La clasificación de los bienes y servicios, objeto del Proceso de Contratación, son los siguientes:

CLASIFICACIÓN UNSPSC	**PRODUCTO**
86111503	Servicios de aprendizaje diplomado a distancia
80141627	Servicios de gestión de publicidad cooperativa o compartida
86101700	Entrenamiento vocacional y técnico
92101503	Programas de ayuda a la comunidad

II. ANALISIS DE MERCADO

Principales indicadores de mercado laboral[1]

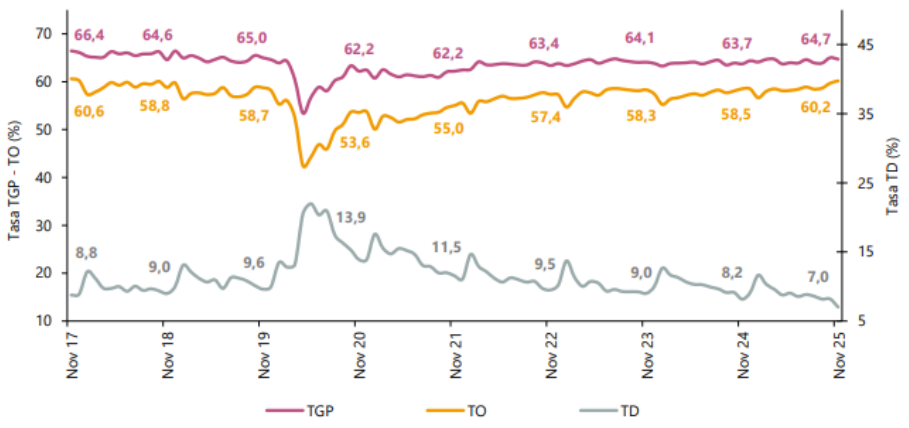
[1] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIH-nov2025.pdf



Total nacional mensual

Para el mes de noviembre de 2025, la tasa de desocupación del total nacional fue 7,0%, lo que representó una disminución de 1,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2024 (8,2%). La tasa global de participación se ubicó en 64,7%, lo que significó un aumento de 1,0 puntos porcentuales frente a noviembre de 2024 (63,7%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 60,2%, lo que representó un aumento de 1,6 puntos porcentuales respecto al mismo mes del año anterior (58,5%).

Gráfico 2. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Noviembre (2017 - 2025)

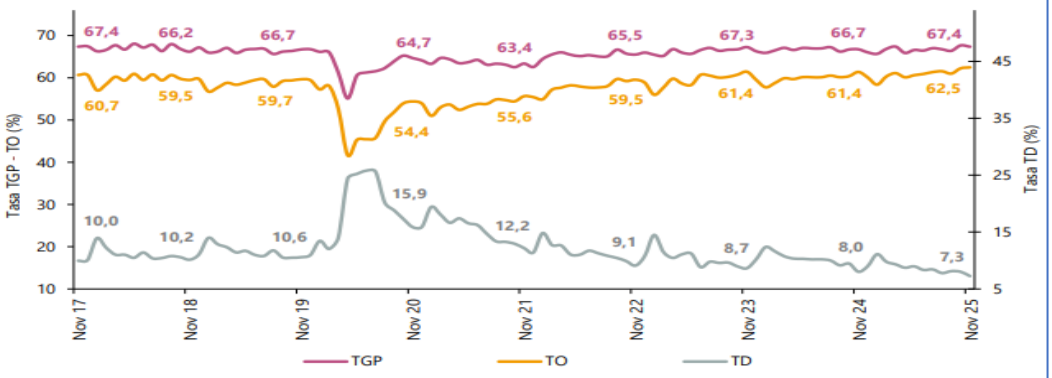


Fuente: DANE, GEIH.

Total 13 ciudades y áreas metropolitanas mensual

En noviembre de 2025, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 7,3%, mientras que en noviembre de 2024 fue 8,0%. La tasa global de participación se ubicó en 67,4% y la tasa de ocupación en 62,5%, estas tasas en el mismo mes del año anterior fueron 66,7% y 61,4%, respectivamente.

Gráfico 3. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total 13 ciudades y áreas metropolitanas
Noviembre (2017 - 2025)



Fuente: DANE, GEIH.

Población ocupada según rama de actividad, mes noviembre 2025

En el mes de noviembre de 2025, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 24.599 miles de personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (1,3 puntos porcentuales); Alojamiento y servicios de comida (1,0 puntos porcentuales) y Construcción (0,8 puntos porcentuales).

Tabla 1. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad
Total nacional
Noviembre (2024 - 2025)

Rama de actividad	Total nacional				
	Noviembre 2024	Noviembre 2025	Distribución % 2025	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.605**	**24.599**	**100**	**993**	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.286	3.598	14,6	312	1,3
Alojamiento y servicios de comida	1.680	1.927	7,8	247	1,0
Construcción	1.496	1.680	6,8	184	0,8
Transporte y almacenamiento	1.777	1.876	7,6	98	0,4
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	2.078	2.158	8,8	80	0,3
Comercio y reparación de vehículos	4.078	4.140	16,8	62	0,3
Actividades inmobiliarias	290	339	1,4	49	0,2
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.972	3.015	12,3	43	0,2
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^	609	643	2,6	34	0,1
Actividades financieras y de seguros	418	449	1,8	31	0,1
Información y comunicaciones	497	499	2,0	2	0,0
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.892	1.843	7,5	-49	-0,2
Industrias manufactureras	2.532	2.430	9,9	-102	-0,4

Fuente: DANE, GEIH.

Población ocupada según posición ocupacional, mes octubre 2025

En noviembre de 2025, Obrero, empleado particular y Trabajador por cuenta propia fueron las posiciones ocupacionales que más aportaron positivamente a la variación de los ocupados en el total nacional con 2,1 puntos porcentuales cada una.

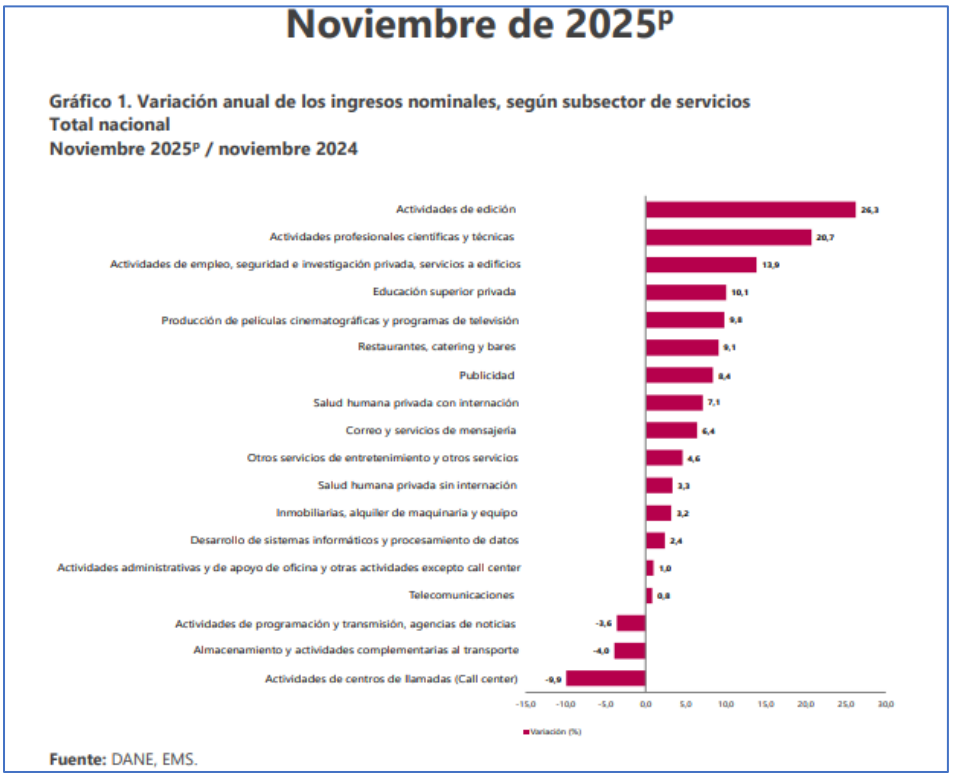
Tabla 2. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según posición ocupacional
Total nacional
Noviembre (2024 - 2025)

Posición ocupacional	Total nacional				
	Noviembre 2024	Noviembre 2025	Distribución % 2025	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.605**	**24.599**	**100**	**993**	
Obrero, empleado particular	10.280	10.783	43,8	503	2,1
Trabajador por cuenta propia	9.750	10.238	41,6	487	2,1
Jornalero o Peón	807	879	3,6	72	0,3
Empleado doméstico	730	786	3,2	56	0,2
Patrón o empleador	678	650	2,6	-28	-0,1
Trabajador familiar sin remuneración	419	376	1,5	-43	-0,2
Obrero, empleado del gobierno	928	881	3,6	-47	-0,2

Fuente: DANE, GEIH.

ENCUESTA MENSUAL DE SERVICIOS (EMS)[2]

[2] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMS/bol-EMS-ene2025.pdf



Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (noviembre 2025p / noviembre 2024)

En noviembre de 2025, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con noviembre de 2024.

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Total nacional
Noviembre 2025ᵖ / noviembre 2024

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros ingresos
			Variación (%)	Contribución (PP)		
Sección	División	Descripción				
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	-4,0	-4,6	-0,2	0,9
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	6,4	5,9	-0,0	0,5
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	9,1	9,2	0,2	-0,3
J	División 58	Actividades de edición	26,3	24,9	-0,9	2,3
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	9,8	9,4	-1,3	1,8
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-3,6	1,4	0,1	-5,1
J	División 61	Telecomunicaciones	0,8	-1,6	2,1	0,3
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	2,4	5,0	-2,6	-0,0
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	3,2	3,9	-1,4	0,7
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	20,7	20,9	-0,1	-0,1
M	Clase 7310	Publicidad	8,4	8,4	-0,0	0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	13,9	13,7	0,1	0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-9,9	-10,0	0,0	0,1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	1,0	0,5	0,0	0,5
P	Grupo 854	Educación superior privada	10,1	7,5	0,0	2,6
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	7,1	7,8	-0,6	-0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	3,3	3,1	0,1	0,1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	4,6	5,3	1,5	-2,2

Fuente: DANE, EMS.

Variación anual del personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (noviembre 2025p / noviembre 2024)

En noviembre de 2025, siete de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con noviembre de 2024.

Tabla 2. Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Total nacional
Noviembre 2025ᵖ / noviembre 2024

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

Fuente: DANE, EMS.

Variación anual de los salarios y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios (noviembre 2025p / noviembre 2024)

En noviembre de 2025, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con noviembre de 2024.

Tabla 3. Variación anual de los salarios y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Total nacional
Noviembre 2025ᵖ / noviembre 2024

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado sin agencias*	Permanente	Temporal directo	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	6,0	3,4	2,6	--
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	11,8	8,6	3,1	--
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	9,9	5,6	4,3	--
J	División 58	Actividades de edición	8,0	4,2	3,8	--
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	2,5	1,3	1,3	--
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	4,0	0,7	3,3	--
J	División 61	Telecomunicaciones	7,7	5,7	2,0	--
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	5,8	3,7	2,0	--
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	7,6	7,5	0,1	--
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	7,1	2,6	4,4	--
M	Clase 7310	Publicidad	9,1	5,2	4,0	--
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	9,7	3,0	4,0	2,8
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	5,1	1,8	3,2	--
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	12,4	9,4	3,0	--
P	Grupo 854	Educación superior privada	6,9	1,9	2,7	2,4
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	7,2	5,0	2,2	--
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	9,1	4,7	4,4	--
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	10,6	4,8	5,8	--

Fuente: DANE, EMS.

III. TECNICO

Para la consecución del objeto contractual, ***AUNAR ESFUERZOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS, FINANCIEROS Y LOGÍSTICOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE UNIDADES DE NEGOCIOS GASTRONÓMICOS, DE LA VÍA AL MAR, SECTOR LOMITA ARENA, BOLÍVAR,*** se requiere que el contratista acredite experiencia general y específica contenida en: *PROCESOS DE FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN A COMUNIDADES VULNERABLES EN LA REGIÓN CARIBE.*

La alternativa seleccionada para su adecuado proceso de ejecución tiene comprendido en términos de alcances, las siguientes actividades, y sus características generales:

1. **Realizar actualización del levantamiento y análisis de información empresarial para el diagnóstico de necesidades y planificación de la dotación.**

Esta actividad es la piedra angular del diagnóstico, su objetivo es obtener una radiografía completa de la situación actual de cada unidad de negocio, desde su estructura financiera hasta su percepción del mercado.

Acciones claves:

1.1. Diseño de un instrumento de recolección de información: Consiste en elaborar una encuesta o ficha de diagnóstico que incluya preguntas sobre aspectos administrativos, financieros, productivos, comerciales y de sostenibilidad.
1.2. Entrevistas semiestructuradas: Tiene que ver con realizar visitas a cada emprendedor para complementar la información de la encuesta, profundizando en sus desafíos, aspiraciones y percepciones sobre el nuevo parador.
1.3. Análisis FODA: Con la información recopilada, construir un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para cada negocio y para el colectivo en general.

2. <u>Desarrollar talleres teórico - prácticos para el fortalecimiento de la gestión financiera básica.</u>

El propósito es dotar a los emprendedores de habilidades esenciales para registrar, analizar y proyectar sus finanzas, pasando de "saber si gané" a "saber cuánto gané y por qué".

Acciones claves:

2.1.1. Diseño de herramientas contables simplificadas: Crear plantillas y formatos en hojas de cálculo (o incluso en cuadernos) que sean fáciles de usar para el registro de ingresos, gastos, compras y ventas diarias.
2.1.2. Asesoría grupal de costos: Visitar cada negocio para trabajar con los emprendedores en la identificación de sus costos fijos y variables. Se les enseñará a calcular el costo real de cada plato (costeo por plato) y a definir el precio de venta ideal, así como el punto de equilibrio
2.1.3. Taller de proyección financiera: Capacitar a los emprendedores para que puedan proyectar sus ventas y gastos a corto plazo, ayudándoles a planificar la compra de insumos y a prepararse para los picos de demanda.

3. <u>Desarrollar talleres teórico - prácticos para el fortalecimiento de la gestión administrativa y de inventarios</u>.

El objetivo es optimizar los procesos internos para mejorar la eficiencia, reducir pérdidas y garantizar una operación fluida, aspectos que son la base de un negocio exitoso y escalable.

Acciones claves:

3.1. Implementación de un sistema de inventario básico: Enseñar a los emprendedores a llevar un control sencillo de sus inventarios, desde la recepción de la mercancía hasta su uso, para evitar mermas por productos dañados o vencidos.
3.2. Diseño de procesos administrativos sencillos: Crear flujogramas básicos para tareas como la recepción de pedidos, el manejo de quejas o el cierre de caja, estandarizando la forma de operar del negocio.
3.3. Capacitación en relaciones con proveedores: Enseñar técnicas de negociación y gestión de relaciones con los proveedores para obtener mejores precios, plazos de pago y calidad de los productos.

4. <u>Desarrollar talleres teórico - prácticos para la legalización y acceso a la formalidad.</u>

El acceso a la financiación, los beneficios de seguridad social y la expansión del negocio dependen de la formalización, y en este orden de ideas, esta actividad busca guiar a los emprendedores en este proceso.

Acciones claves:

4.1. Diagnóstico de formalidad: Evaluar el estado actual de cada negocio en términos de registro mercantil, permisos sanitarios y situación tributaria.
4.2. Asesoría jurídica y contable para la formalización: Brindar acompañamiento para el registro en Cámara de Comercio, obtención del RUT y cumplimiento de las obligaciones tributarias y de seguridad social.
4.3. Vinculación con oportunidades de financiación: Conectar a los emprendedores formalizados con microfinancieras, bancos y programas de apoyo del gobierno para que puedan acceder a capital para crecer.

5. <u>Desarrollar talleres teórico - prácticos para el control de costos y rentabilidad del negocio.</u>

Le apunta a generar capacidades y habilidades a los emprendedores beneficiarios en cuanto al manejo de herramientas básicas de gestión, que le ayuden a establecer los distintos factores de costos y gastos, y por tanto, tener mayor certeza sobre los reales niveles de rentabilidad de sus negocios.

Acciones claves:

5.1. Taller práctico de costeo y precios: Realizar un taller práctico donde los emprendedores, con sus propias recetas y costos de ingredientes, aprenderán a calcular el costo real de sus

platos. Se les enseñará a considerar no solo los insumos, sino también los costos fijos (alquiler, servicios) y variables (mano de obra, empaques).

5.2. Simulación de negocios: Utilizar una herramienta lúdica (como un juego de mesa o una aplicación simple) donde los emprendedores simulen la gestión de un negocio por un mes, tomando decisiones sobre precios, inventarios y compras, y viendo el impacto directo en su flujo de caja y rentabilidad.

5.3. Acompañamiento grupal: Brindar asistencia técnica individualizada, donde un consultor financiero visitará a cada negocio para ayudar a implementar las herramientas aprendidas, como el registro diario de ventas y gastos, y el control de inventarios.

6. <u>Desarrollar talleres teórico - prácticos para la creación de la marca y la experiencia gastronómica.</u>

Este componente es crucial para que el parador no solo sea un lugar de paso, sino un destino deseado, por tanto, la meta es transformar a los emprendedores en anfitriones y promotores, capaces de atraer y fidelizar a sus clientes, incrementando así la rentabilidad general y las unidades de negocios y la dinámica de ventas del parador. A través de la creación de la marca y la experiencia gastronómica, se busca construir una identidad colectiva y única para el parador que lo diferencie de la competencia, a la vez que cada negocio fortalezca su propia propuesta de valor.

Acciones claves:

6.1. Taller de co-creación de marca: Facilitar un taller con los emprendedores para definir el nombre, el eslogan, los valores y la historia del parador, este ejercicio garantizará que la marca refleje la esencia de la comunidad.

6.2. Asesoría en propuesta de valor: Ayudar a cada emprendedor a identificar sus platos estrella y a crear una narrativa que cuente la historia detrás de sus recetas, conectando emocionalmente con el cliente.

6.3. Diseño de la Imagen colectiva: Contratar a un diseñador para crear una identidad visual coherente para el parador (logo, señalética, menús estandarizados) que combine la tradición local con un toque moderno y sostenible.

7. <u>Realizar talleres teórico - prácticos para el desarrollo de estrategias de marketing digital y promoción.</u>

Esta actividad es crucial para que el parador no solo sea un lugar de paso, sino un destino deseado, por tanto, la meta es transformar a los emprendedores en anfitriones y promotores,

capaces de atraer y fidelizar a sus clientes, incrementando así la rentabilidad general de las unidades de negocios y la dinámica de ventas del parador.

Contempla acciones tales como:

- Creación de la marca y la experiencia gastronómica: cuyo objetivo es construir una identidad colectiva y única para el parador que lo diferencie de la competencia, a la vez que cada negocio fortalezca su propia propuesta de valor, a través de Taller de co-creación de marca, Asesoría en propuesta de valor, Diseño de la Imagen colectiva.
- Desarrollo de estrategias de marketing digital y promoción: su objetivo es aprovechar las herramientas digitales para posicionar el parador en la mente de los viajeros, ampliando su alcance más allá del flujo de la autopista, a través de Creación y gestión de redes sociales, a través del Fomento de reseñas y posicionamiento local, respectivamente.

8. **Desarrollar talleres teórico - prácticos para incentivar la excelencia en el servicio al cliente y la hospitalidad.**

El objetivo es que cada emprendedor y su equipo se conviertan en embajadores del parador, garantizando que cada visita sea una experiencia memorable, con herramientas como Diseño del protocolo de servicio, Jornadas de capacitación práctica, Implementación de un sistema de retroalimentación.

9. **Realizar la planificación estratégica, diseño participativo y puesta en marcha del modelo de gestión y acompañamiento para la sostenibilidad.**

Esta fase es la culminación del proceso de empoderamiento, y su objetivo es transferir el liderazgo del parador a los mismos emprendedores, garantizando la sostenibilidad a largo plazo de la inversión, lo cual se traduce en la tranquilidad de que el proyecto no dependerá de una intervención externa, sino de un modelo de autogestión robusto y legítimo, se implementará a través de acciones como:

- Planificación estratégica y de gobernanza: Esta actividad se enfoca en la visión a futuro, uniendo a los emprendedores en un propósito común y estableciendo las bases para la autogestión. Integra acciones como: Visión colectiva, Identificación preliminar de un modelo de gobernanza, y Plan de acción conjunto.
- Diseño participativo del modelo de gobernanza: El éxito del modelo de gestión reside en su legitimidad y en el sentido de pertenencia que genera en la comunidad, por ello, el diseño debe ser un proceso participativo, comprende contenidos como taller de co-diseño,

Elaboración del marco normativo, Definición de roles y funciones.

- Fortalecimiento de capacidades gerenciales y liderazgo: Una vez que la estructura está definida, es crucial capacitar a los líderes para que puedan gestionar el parador de manera efectiva y sostenible. Contiene acciones como. Capacitación en liderazgo y gerencia, Taller de gestión financiera colectiva, y Simulación de escenarios.

- Puesta en marcha del modelo de gestión y acompañamiento: Esta es la fase de transición, donde la operación y administración del parador se transfieren oficialmente a la nueva organización, con un acompañamiento cercano para asegurar una transición fluida. Comprende acciones como: Activación de los comités de trabajo, Auditoría de procesos, y Monitoreo y seguimiento.

10. Desarrollar talleres teórico - prácticos para el fortalecimiento de capacidades gerenciales y liderazgo.

Una vez que la estructura está definida, es crucial capacitar a los líderes para que puedan gestionar el parador de manera efectiva y sostenible, para ello se tiene previsto adelantar acciones como: Capacitación en liderazgo y gerencia, Taller de gestión financiera colectiva, Simulación de escenarios.

11. Realizar monitoreo y medición de impacto.

Esta fase representa el cierre del ciclo de intervención y la garantía de sostenibilidad del proyecto, en la medida que es la etapa de verificación de los resultados, donde se mide el retorno social y económico de la intervención, y por tanto, la meta es asegurar que los logros alcanzados sean sostenibles en el tiempo, a través de la transferencia total de la gestión al grupo focal (emprendedores).

Comprende acciones como:

- Monitoreo y medición del impacto: El objetivo es evaluar cuantitativa y cualitativamente los resultados del proyecto, comparándolos con el diagnóstico inicial para demostrar el progreso, a través de: Recolección de datos de línea de salida, Análisis comparativo de indicadores, y Elaboración del Informe de Impacto.

12. Realizar acompañamiento estratégico y consolidación de las unidades productivas.

El objetivo es brindar el apoyo final a la organización de emprendedores, asegurando que estén

completamente preparados para asumir la gestión del parador de manera autónoma, mediante: Clínicas de asesoría personalizada, el Diseño de un plan estratégico a largo plazo, y la Creación de un plan de comunicación Interna.

13. **Desarrollar talleres teórico - prácticos para la estandarización y optimización de la oferta gastronómica.**

El propósito es elevar la calidad de los platos, garantizar la consistencia en el sabor y presentación, y optimizar los costos de producción, a través de acciones como: Inventario y fichas técnicas, Estrategia de menú, Alternativas de innovación gastronómica, y el Control de porciones y desperdicios.

La actividad de estandarización y optimización de la oferta gastronómica comprende el diagnóstico, diseño e implementación de lineamientos técnicos y operativos orientados a mejorar la calidad, consistencia, rentabilidad y competitividad de los productos ofrecidos por las unidades gastronómicas participantes. Su alcance incluye: Revisión y depuración del portafolio de productos Análisis de platos ofrecidos, insumos utilizados, tiempos de preparación, la definición de una oferta gastronómica clara, coherente y ajustada al mercado objetivo, identificación de una propuesta gastronómica diferenciadora y reconocible, y la mejora de la presentación de los productos y la experiencia del consumidor, respectivamente.

14. **Desarrollar talleres teórico - prácticos para la implementación de buenas prácticas de manufactura (BPM) y sostenibilidad.**

    Esta actividad busca asegurar la inocuidad alimentaria y el cumplimiento de los estándares de higiene, elementos no negociables para cualquier inversión seria en el sector turístico y gastronómico, a través de un Diagnóstico de higiene, un Plan de capacitación en BPM, y un Sistema de gestión de residuos.

15. **Desarrollar talleres teórico - prácticos para el fortalecimiento de la cadena de suministro y logística.**

    La eficiencia en la compra de insumos es crucial para la rentabilidad, y esta actividad busca optimizar los procesos de compra y garantizar la calidad de la materia prima. Se proveen acciones como: Mapa de proveedores, Estrategia de compra colectiva, y Gestión de inventarios.

16. **Desarrollar talleres teórico - prácticos para la adopción de criterios de gestión ambiental y sostenibilidad en la producción.**

En línea con el propósito de posicionar el parador como un referente del turismo sostenible, esta actividad es crucial, ya que no se trata solo de cumplir con la normativa, sino de integrar la sostenibilidad como un valor diferencial que atraiga a un público consciente y responsable, implementar un sistema integral de manejo de residuos sólidos y líquidos que minimice el impacto ambiental y genere valor agregado. Acciones claves: Diagnóstico de generación de residuos, Creación del plan de gestión integral de residuos, Instalación de puntos ecológicos.

17. **Realizar fortalecimiento de las capacidades de producción: adquisición de insumos, materiales y equipos de alto valor para las unidades productivas.**

    Esta es la fase de ejecución, donde se gestiona la compra y se realiza la entrega formal de los equipos a cada emprendedor, asegurando que estén listos para operar. Se definirá el modelo de entrega y custodia de los bienes, evaluando la posibilidad de suscribir contrato de comodato complementado con un Fondo de Crédito para cubrir parte de los costos. Esto se dará a partir de acciones como: Gestión de compras colectivas, Logística de entrega e instalación, y Acta de entrega y capacitación inicial.

18. **Realizar asistencia técnica y acompañamiento en la operación.**

    La dotación de equipos es solo la mitad del trabajo; la otra mitad es asegurar que se utilicen de manera eficiente y que su vida útil se extienda al máximo. Se prevén acciones como: Jornadas de acompañamiento en el puesto, Programa de mantenimiento preventivo, y el Creación de un fondo de mantenimiento común.

19. **Administrar el proyecto (incluye equipo de trabajo y transporte)**

Comprende todas aquellas acciones y conceptos asociados a la coordinación, direccionamiento y liderazgo de las distintas actividades y acciones que desarrollará el aliado estratégico, en el marco de la ejecución del proyecto.

OBLIGACIONES GENERALES

1. Contar con los medios técnicos y recurso humano, necesario e idóneo que garanticen el cumplimiento del objeto del CONVENIO de acuerdo con las especificaciones técnicas definidas y lo señalado en su propuesta.
2. Asumir los compromisos que se deriven del vínculo laboral con el personal que emplee en el cumplimiento del objeto del convenio, tales como salarios, prestaciones sociales, indemnizaciones y demás que, de conformidad con la ley, deban ser asumidas.
3. No ceder el presente convenio sin la autorización previa y escrita.

4. Designar las personas de su equipo de trabajo para participar en las reuniones de seguimiento que se establezcan en el cronograma de ejecución aprobado por el supervisor del CONVENIO.

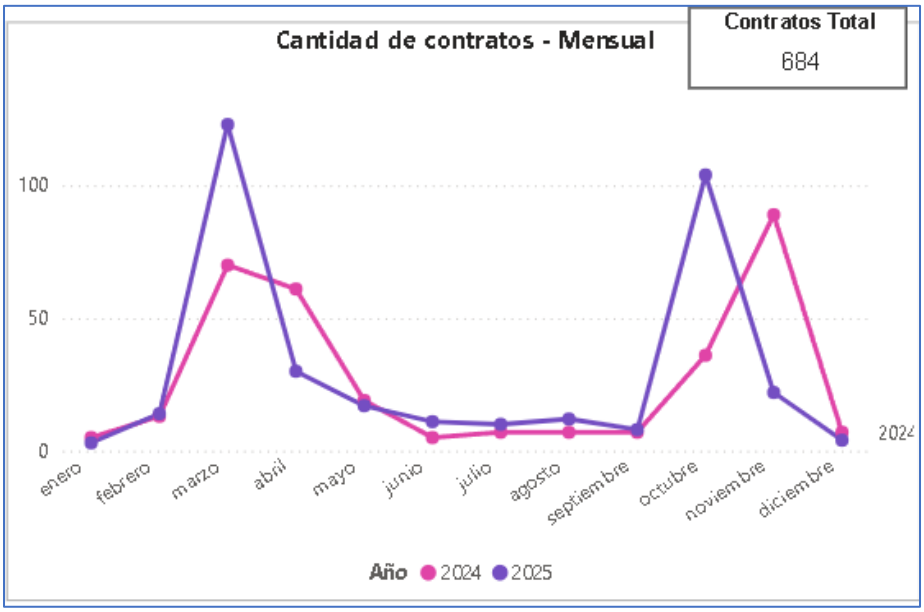
OBLIGACIONES ESPECIFICAS:

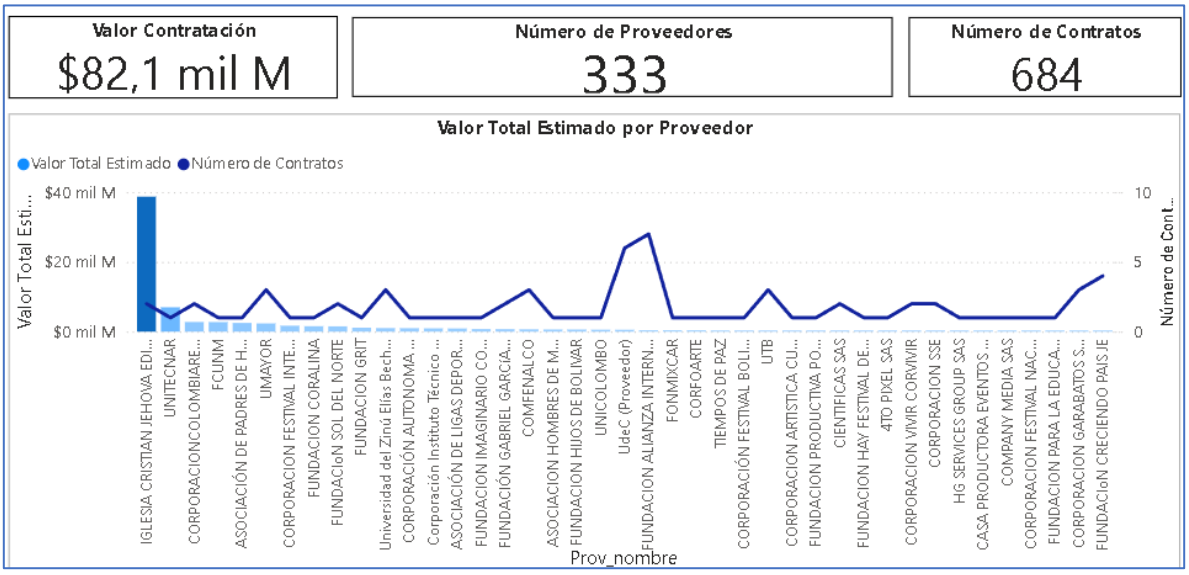
1. Conformar su propio equipo interdisciplinario e idóneo para la ejecución del convenio y de las actividades propias de formación y capacitación.
2. Programar la orientación, desarrollo y ejecución, de los recursos financieros y las actividades que se van a realizar, de acuerdo con los objetivos del Convenio.
3. Velar porque se disponga el presupuesto necesario para el cumplimiento de las actividades que se programen.
4. Garantizar el desarrollo de las horas de estudio presenciales en el lugar destinado para el proyecto.
5. Coordinar y disponer las herramientas tecnológicas necesarias para el desarrollo de horas de estudios en modalidad virtual tipo sincrónica y asincrónica.
6. Los aportes que reciba la ESAL se ejecutarán bajo su responsabilidad y estarán destinados única y exclusivamente al cumplimiento del objeto y los compromisos del presente Convenio.
7. La ESAL, para la ejecución de los recursos en dinero aportados al Convenio, garantizará los principios de economía, transparencia, eficiencia y eficacia en el gasto.
8. Presentar informes parciales y final al supervisor del Convenio, sobre el avance, monitoreo, acompañamiento, seguimiento, evaluación y control del Proyecto, de manera mensual y en cada periodo que sea solicitado por el Departamento, con los respectivos documentos físicos y magnéticos (fotografías) que soporten las actividades ejecutadas.
9. Certificar estar a paz y salvo con los aportes a la seguridad social y parafiscales en desarrollo del presente convenio, lo cual debe ser certificado por el revisor fiscal y avalado por el Supervisor de este y demás documentos.
10. Tomar las decisiones necesarias para obtener los resultados programados con los aportes propuestos.
11. Presentar en forma toda la documentación requerida conducentes para el pago.
12. Las demás que por la complejidad del Proyecto sean necesarias para garantizar el cumplimiento del objeto del Convenio y que se concreten por mutuo acuerdo entre las partes cooperantes, durante su ejecución. El Organismo Cooperante se comprometerá a realizar los componentes y las actividades derivadas de ellos, estos harán parte de los productos esperados por el proyecto.

V. Estudio de la Oferta[3]

[3] https://www.colombiacompra.gov.co/content/herramienta-de-visualizacion-para-el-analisis-de-la-demanda-y-de-la-oferta

Durante 2024-2025 se celebraron a nivel regional, un total de 684 contratos relacionados con los códigos de naciones unidas descrito en el presente análisis:



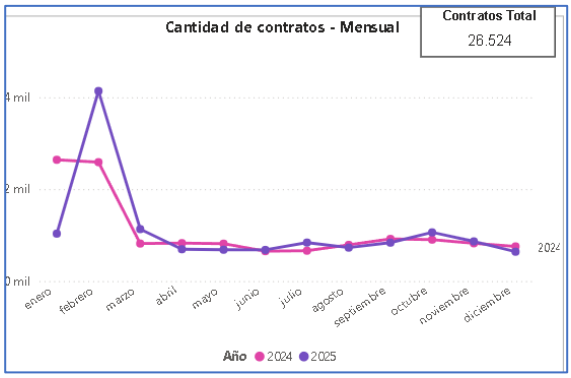


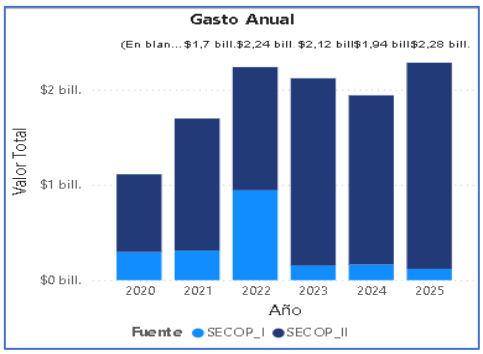
El comportamiento de la contratación según los códigos relacionados en el presente análisis es la siguiente:

Año	2024			2025			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
⊞ 8014 - Comercialización y distribución	56	$10.849.053.081	13,21%	69	$5.175.607.240	6,30%	125	$16.024.660.321	19,52%
⊞ 8610 - Formación profesional	40	$44.171.582.572	53,80%	34	$16.341.913.239	19,90%	74	$60.513.495.811	73,71%
⊞ 8611 - Sistemas educativos alternativos	3	$2.252.109.596	2,74%	1	$435.000.000	0,53%	4	$2.687.109.596	3,27%
⊞ 9210 - Orden público y seguridad	227	$1.198.322.796	1,46%	254	$1.677.768.000	2,04%	481	$2.876.090.796	3,50%
Total	**326**	**$58.471.068.045**	**71,22%**	**358**	**$23.630.288.479**	**28,78%**	**684**	**$82.101.356.524**	**100,00%**

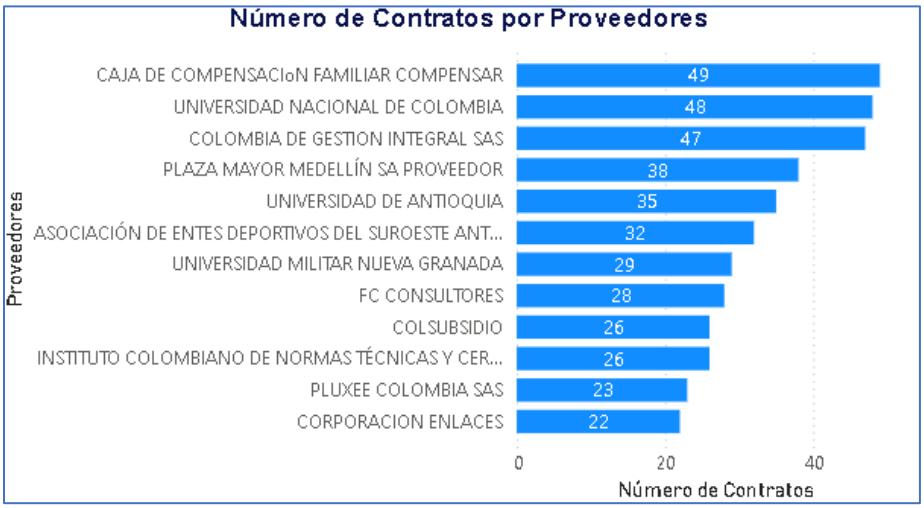
IV. Análisis de la Demanda

A lo largo de los años 2024-2025 se han celebrado a nivel nacional 26.524 contrataciones relacionados con el código de las naciones unidas del presente análisis:

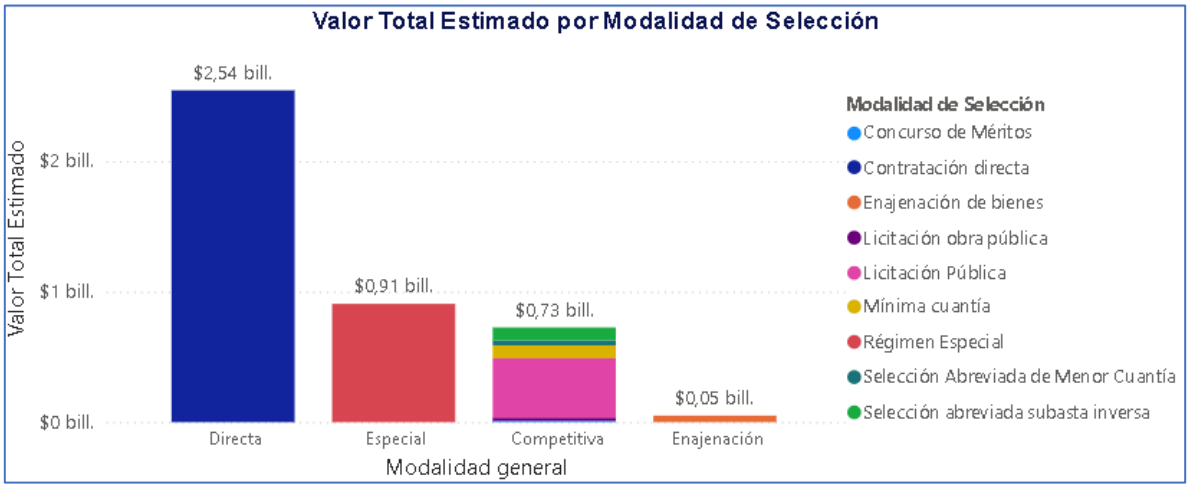




Los proveedores con mayor numero de contrataciones son los siguientes:



La modalidad predilecta según los códigos relacionados en el presente análisis, es la directa:



A continuación, se presenta información referente a contratos similares al objeto del presente análisis correspondiente a los años anteriores:

CONTRATO	OBJETO	MONTO
CONVE-SMIN-001-2025	AUNAR ESFUERZOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS PARA AUMENTAR LA COBERTURA DEL SERVICIO DE GAS NATURAL DOMICILIARIO EN VIVIENDAS	$1,698,561,930

	DE ESTRATOS 1 Y 2 DE MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DEL BOLIVAR	
CONVE-SI-002-2025	AUNAR ESFUERZOS ENTRE LAS PARTES CON EL FIN DE EJECUTAR EL PROYECTO DENOMINADO CONSTRUCCION Y MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA EN LA INSTITUCION TECNICA AGROPECUARIA IETA LUIS VILLAFANE PAREJA DEL CORREGIMIENTO DE MARTIN ALONSO MUNICIPIO DE CORDOBA BOLIVAR	$2,513,522,581

V. Análisis Económico

El valor total estimado del contrato es la suma de **MIL SETECIENTOS CUARENTA Y TRES MILLONES TREINTA Y CUATRO MIL OCHOCIENTOS VEINTINUEVE PESOS ($ 1.743.034.829)**de los cuales EL DEPARTAMENTO aportará la suma de **MIL DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE ($1.200.000.000,00)** correspondiente al **SESENTA Y NUEVE POR CIENTO (69%)**del valor total del convenio, y, por otro lado, la **CORPORACIÓN ACCIÓN POR ATLÁNTICO ACTUAR FAMIEMPRESAS** propone aportar la suma de **QUINIENTOS CUARENTA Y TRES MILLONES TREINTA Y CUATRO MIL OCHOCIENTOS VEINTINUEVE PESOS M/CTE ($ 543.034.829)** correspondiente al **TREINTA Y UN POR CIENTO (31%)** del valor total del convenio los cuales serán aportados en dinero detallado y cuantificado tal y como consta en la propuesta presentada y que serán invertidos en la ejecución del convenio.

Aportante		Valor
Gobernación De Bolívar	$	1.200.000.000
Corporación Acción Por Atlántico Actuar Famiempresas	$	543.034.829
Total	$	1.743.034.829

Los convenios de asociación son una modalidad de contrato estatal prevista en el artículo 96 de la Ley 489 de 1998. Tal y como se desprende de su contenido, dichos convenios deberán celebrarse de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 355 constitucional, por lo que para su adecuada comprensión habrá de hacerse la debida integración normativa. En este sentido se ha pronunciado la Corte Constitucional, quien al declarar la exequibilidad del artículo 96 de la Ley 489 de 1998 advirtió que su contenido en ningún caso podría ser utilizado para contrariar los condicionamientos realizados en la mencionada norma constitucional.

Artículo 355: [...] El Gobierno, en los niveles nacional, departamental, distrital y municipal podrá, con recursos de los respectivos presupuestos, celebrar contratos con entidades privadas sin ánimo

de lucro y de reconocida idoneidad con el fin de impulsar programas y actividades de interés público acordes con el plan nacional y los planes seccionales de desarrollo.

Ley 489 de 1998: Artículo 96 (…) Las entidades estatales, cualquiera sea su naturaleza y orden administrativo podrán, con la observación de los principios señalados en el artículo 209 de la Constitución, asociarse con personas jurídicas particulares, mediante la celebración de convenios de asociación o la creación de personas jurídicas, para el desarrollo conjunto de actividades en relación con los cometidos y funciones que les asigna a aquéllas la ley.

Los convenios de asociación a que se refiere el presente artículo se celebrarán de conformidad con lo dispuesto en el artículo 355 de la Constitución Política, en ellos se determinará con precisión su objeto, término, obligaciones de las partes, aportes, coordinación y todos aquellos aspectos que se consideren pertinentes.

De conformidad con lo establecido en el artículo 96 de la ley 489 de 1998, reglamentado por el Decreto 092 de 2017 en su artículo 5, que señala: “Las entidades estatales, cualquiera sea su naturaleza y orden administrativo podrán, con la observancia de los principios señalados en el artículo 209 de la Constitución, asociarse con personas jurídicas particulares, mediante la celebración de convenios de asociación o la creación de personas jurídicas, para el desarrollo conjunto de actividades en relación con los cometidos y funciones que les asigna a aquéllas la ley. Los convenios de asociación a que se refiere el presente artículo se celebrarán de conformidad con lo dispuesto en el artículo 355 de la Constitución Política, en ellos se determinará con precisión su objeto, término, obligaciones de las partes, aportes, coordinación y todos aquellos aspectos que se consideren pertinentes”.

Asimismo, el convenio de asociación es una figura donde las partes asociadas suman voluntades y recursos para que sean utilizados en el desarrollo del acuerdo. En este sentido, repugna a este tipo de convenio la remuneración o utilidad, ya sea en forma de gastos de administración o de honorarios por parte del contratista-asociado a esta modalidad contractual, lo que implica que todos los aportes deberán ser destinados exclusivamente al desarrollo del objeto. De allí que el mismo tenor literal del artículo 96 de la Ley 489 de 1998 haga mención a "aportes" y "coordinación" como elementos indispensables para su configuración.

El Decreto 092 de 2017 cuyo objeto es reglamentar la forma como el Gobierno nacional, departamental, distrital y municipal contrata con entidades privadas sin ánimo de lucro y de reconocida idoneidad, para impulsar programas y actividades de interés público de acuerdo con el Plan Nacional o los planes seccionales de Desarrollo, en los términos del artículo 355 de la Constitución Política.

La ejecución del convenio será de 8 meses contados a partir del inicio de ejecución. En ningún caso el plazo de ejecución del contrato se extenderá más allá del 31 de diciembre de 2026, que se contabilizará desde el cumplimiento de los requisitos de ejecución del contrato.

Para constancia se firma en TURBACO-BOLIVAR, en enero 2026.

YISNEY VARGAS
Asesora Externa