El Decreto 1082 de 2015 en su Artículo 2.2.1.1.1.6.1 establece lo siguiente:

> ***Artículo 2.2.1.1.1.6.1 DEBER DE ANÁLISIS DE LAS ENTIDADES ESTATALES. La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los documentos del proceso.***

OBJETO:	**DISEÑAR E IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE EDUCACIÓN, CULTURA Y SEGURIDAD VIAL QUE CONTRIBUYAN A LA PREVENCIÓN Y REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD VIAL EN EL MUNICIPIO DE SABANETA, EN EL MARCO DE LA NORMATIVA VIGENTE EN MATERIA DE TRÁNSITO.**

1. ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

1.1 ASPECTOS GENERALES

En este acápite el operador jurídico deberá realizar un análisis de varios aspectos los cuales se enuncian a continuación, cuyo enfoque se basa en la respuesta a varios interrogantes que ayudarán a ubicar el contexto del estudio.

1.1.1 **Perspectiva Regulatoria**

¿Cuál es la regulación aplicable al objeto del proceso de contratación? (así como las modificaciones recientes a tales regulaciones y el impacto en su aplicación)

- ***Regulaciones de tributarias.***

LEY 1480 DE 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. **Artículo 2°**. Objeto. Las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente.
Las normas contenidas en esta ley son aplicables en general a las relaciones de consumo y a la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, evento en el cual aplicará la regulación especial y suplementariamente las normas establecidas en esta Ley.

Esta ley es aplicable a los productos nacionales e importados.

- ***Regulaciones de mercado y de precios***

[1]**ESTATUTO TRIBUTARIO.** Artículo 468. Tarifa general del impuesto sobre las ventas.

* -Modificado- La tarifa general del impuesto sobre las ventas es del diecinueve por ciento (19%) salvo las excepciones contempladas en este título

A partir del año gravable 2017, del recaudo del impuesto sobre las ventas un (1) punto se destinará así:

a) 0.5 puntos se destinarán a la financiación del aseguramiento en el marco del Sistema General de Seguridad Social en Salud.

b) 0.5 puntos se destinarán a la financiación de la educación. El cuarenta por ciento (40%) de este recaudo se destinará a la financiación de la Educación Superior Pública.

PARÁGRAFO 1°. Los directorios telefónicos quedarán gravados a la tarifa general del impuesto sobre las ventas, únicamente cuando se transfieran a título oneroso.

1.1.2 Perspectiva Económica

¿A qué sector de la economía pertenecen los posibles oferentes de la presente contratación?

Para identificar el sector de la economía al cual pertenecen los posibles oferentes, debemos tener claros los diferentes sectores en los cuales se dividen:

[2] División según la economía clásica

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

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

- **Sector secundario o sector Industrial:** Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos

[1] https://estatuto.co/468
[2] http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos

de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.
Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación:
Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.
Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

- **Sector terciario o sector de servicios:** Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc. Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

[3] **El sector primario** es el que inicia la cadena productiva, mediante la extracción u obtención de recursos a partir de la naturaleza: la materia prima. Dicha materia prima se obtiene interviniendo el medio ambiente y a menudo bajo estrictas reglas ecológicas u operativas que el Estado tiene la misión de supervisar, ya que el sector primario suele operar bajo la figura de la licitación estatal: un permiso legal para extraer un bien o un recurso.

El sector secundario recibe la materia prima del sector primario y se ocupa de someterla a procedimientos especializados de transformación, obteniendo así productos elaborados listos para su consumo, o bien productos semielaborados que irán a su vez a otra industria del sector para formar parte de otros productos elaborados. Se trata del sector industrial por excelencia, el encargado de fabricar las cosas que consumimos.

Se denomina sector terciario o sector servicios al eslabón de la cadena económica que, a diferencia de los dos anteriores, no se dedica a la extracción de materia prima ni a su transformación en bienes de consumo, sino a la satisfacción de necesidades operativas y comerciales o de cualquier otra naturaleza que requieran tanto los consumidores finales como otras empresas e industrias.

Este sector se encarga a menudo de brindar soporte especializado en la conducción de sus operaciones a tanto el sector primario como el secundario, sobre todo en asuntos que no involucran directamente la actividad económica específica a la que se dedican.

Por ejemplo, una industria farmacéutica requerirá el envío de sus medicinas a la gente que las consume, y para ello acude a una empresa transportista en lugar de hacerlo por sí misma, recibiendo así servicios de transporte. A esto se le conoce como *tercerización*.

[3] https://concepto.de/sector-terciario/#ixzz5tJlVswQT

El sector terciario es por naturaleza sumamente diverso y específico, pero a grandes rasgos sus tres áreas principales de acción son el soporte, la distribución y la comercialización.

Soporte: Servicios en la resolución de problemas de un área específica, o en la obtención de recursos humanos, tecnológicos o en la supervisión de la estructura de funcionamiento de las diversas formas productivas.
Distribución: El transporte tanto de mercancías elaboradas, materias primas o personas, estas últimas con fines laborales, recreativos o de cualquier otra índole.
Comercialización: Es el paso final de las cadenas productivas, pues consiste en llevar el producto final a sus consumidores y hacerlo disponible al mercado de consumo local. En algunos casos este último puede ser realmente amplio, como ocurre con la venta online de productos a cualquier parte del mundo.

[4] El sector de servicios económicos o sector terciario se compone de áreas de la economía tales como:

- Comercio (mayorista, minorista, franquicias)
- Actividades financieras (banca, seguros, bolsa y otros mercados de valores)
- Servicios personales, los más importantes de los cuales son los que se identifican con el estado de bienestar (especialmente educación, sanidad y atención a la dependencia -servicios públicos, se presten por el Estado o por la iniciativa privada), pero también otros (como las peluquerías)
- Servicios a empresas de cualquier sector, como la gestión y administración de empresas (incluyendo el nivel ejecutivo), la publicidad y las consultorías y asesoramientos económico, jurídico, tecnológico, de inversiones, etc.
- Función pública, administración pública, actividades de representación política y de servicios a la comunidad, como las actividades en torno a la seguridad y defensa (ejército, policía, protección civil, bomberos, etc.) y las actividades en torno a la justicia (jueces, abogados, notarios, etc.)
- Hotelería y las actividades en torno al turismo
- Las actividades en torno al ocio, la cultura, el deporte y los espectáculos, que incluyen las llamadas industrias audiovisuales o de imagen y sonido (industria musical, industria cinematográfica y similares, como los videojuegos); la industria editorial se incluye, con las artes gráficas, entre los sectores industriales (es decir, en el sector secundario)
- Transporte y comunicación (según se trasladen mercancías o información)
- Medios de comunicación, especialmente los medios de comunicación de masas o sociales (periodismo escrito -prensa-, radio y televisión)
- Telecomunicaciones, especialmente los medios personales (telefonía)

[4] https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios

- Otras aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet.

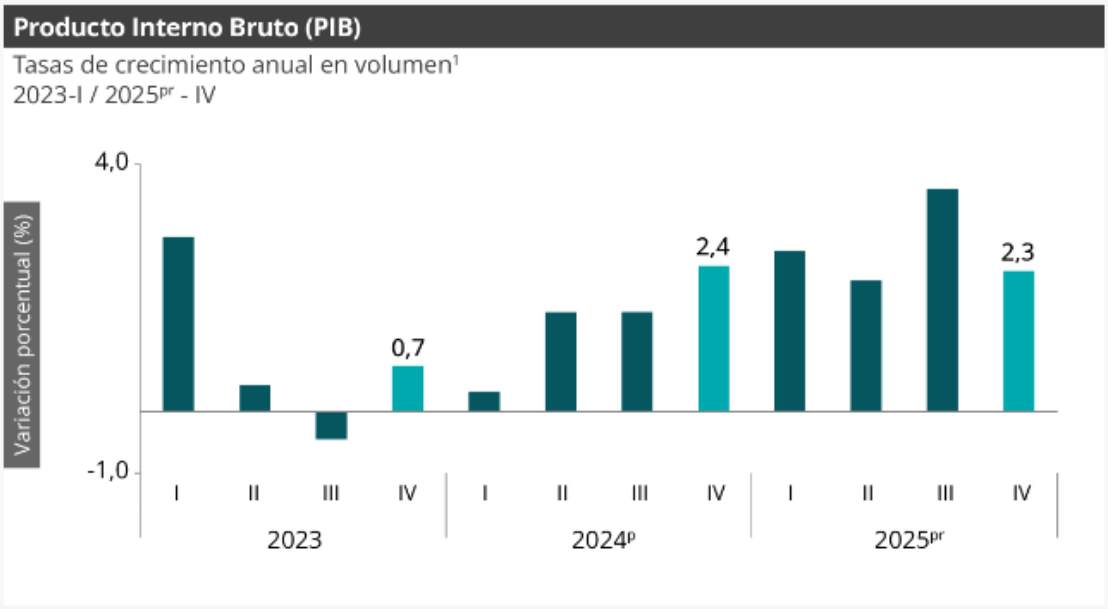
Una vez analizada la división según la economía clásica, puede decirse que el presente objeto contractual se encuentra enmarcado en el **sector terciario de la economía**.

¿Qué participación tiene el sector enunciado en la economía colombiana?

Producto Interno Bruto (PIB) nacional trimestral

Información cuarto trimestre 2025pr

El Producto Interno Bruto crece 2,6% en el año 2025pr respecto al año 2024p.



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

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

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 4,6% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,5% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 9,9% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

En el cuarto trimestre de 2025pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,3% respecto al mismo periodo de 2024p. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,8% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 3,4% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 11,5% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,1%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 4,6%.
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 1,6%.
- Explotación de minas y canteras crece 1,2%.

Algunas cifras económicas que reflejan las dinámicas del sector al cual pertenece la contratación:

Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE) [5]

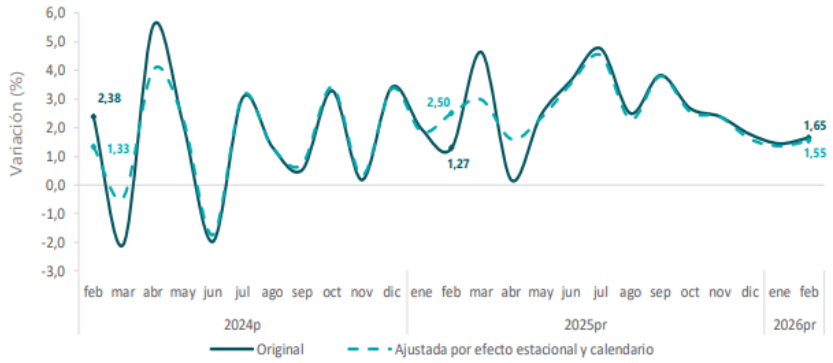
DANE

Boletín técnico

Bogotá D.C., *20 de abril 2026*

Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)
Febrero de 2026pr

Gráfico 1. Tasa de crecimiento anual del índice del Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)
Serie original y serie ajustada por efecto estacional y calendario
2024p - 2026pr (febrero)



Fuente: DANE, ISE
prpreliminar
pprovisional

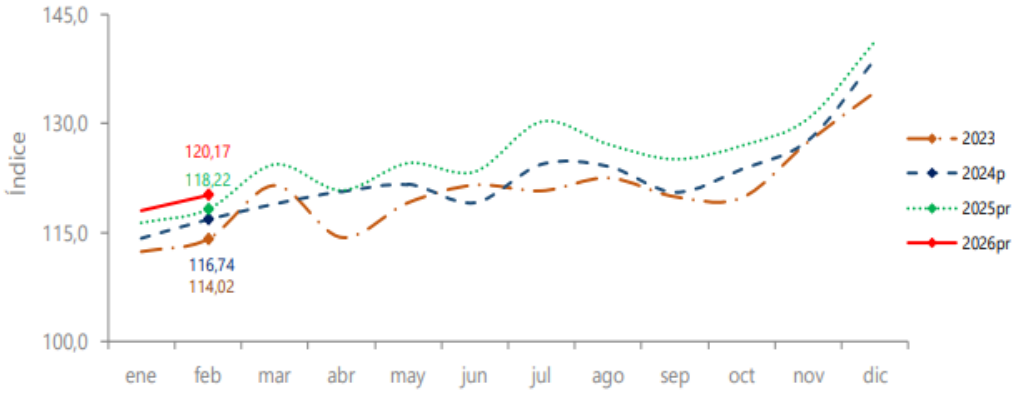
Resultados del Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)

Comportamiento anual

Para el mes de febrero de 2026pr el ISE en su serie original, se ubicó en 120,17, lo que representó un crecimiento de 1,65% respecto al mes de febrero de 2025pr (118,22). (Ver gráficos 2 y 3).

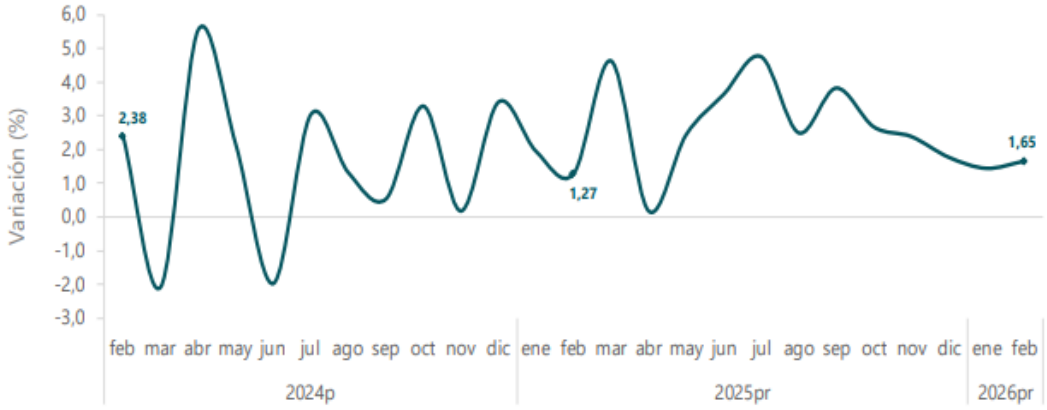
[5] https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ISE/bol-ISE-sep2023.pdf

Gráfico 2. Índice del Indicador de Seguimiento a la Economía (base 2015)
Serie original
2023 - 2026pr (febrero)



Fuente: DANE, ISE
prpreliminar
pprovisional

Gráfico 3. Tasa de crecimiento anual del índice del Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)
Serie original
2024p - 2026pr (febrero)



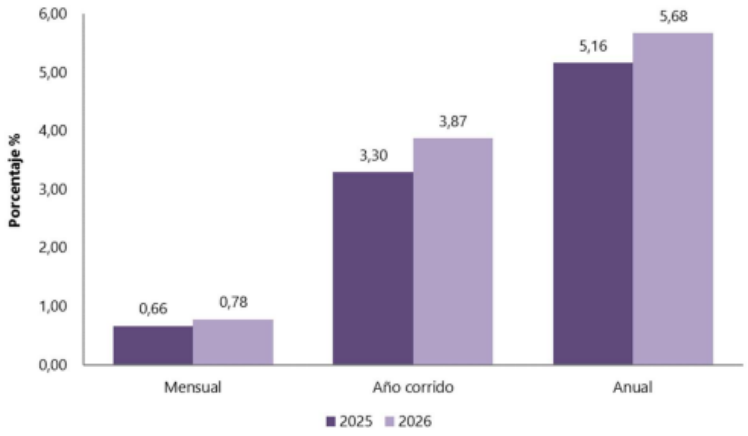
Fuente: DANE, ISE
prpreliminar
pprovisional

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Abril 2026

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Abril 2025 - 2026



Fuente: DANE, IPC.

RESULTADOS DEL MES DE ABRIL 2026

Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases

Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de abril de 2026, el IPC registró una variación de 0,78% en comparación con marzo de 2026, tres divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,78%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,51%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (1,06%) y por último, Transporte (0,81%). Por debajo se ubicaron: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,70%), Salud (0,70%), Bienes y servicios diversos (0,63%), Recreación y cultura (0,58%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,54%), Prendas de vestir y calzado (0,45%), Restaurantes y hoteles (0,34%), Educación (0,07%) y por último, Información y comunicación (-0,05%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Abril 2025 - 2026

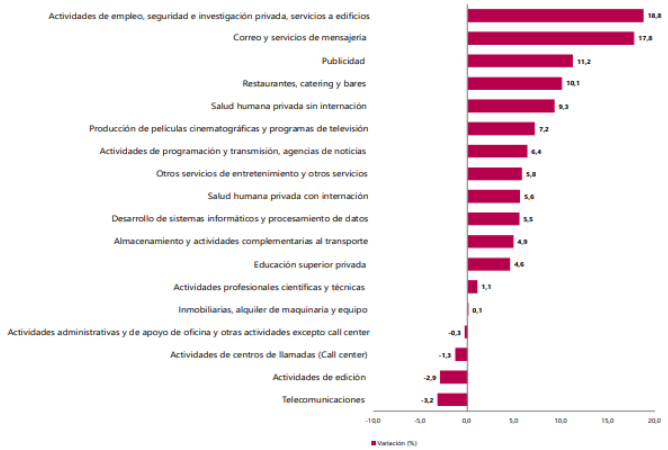
		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	1,10	0,21	1,51	0,29
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,53	0,02	1,06	0,04
Transporte	12,93	0,49	0,07	0,81	0,11
TOTAL	100,00	0,66	0,66	0,78	0,78
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,74	0,23	0,70	0,22
Salud	1,71	0,38	0,01	0,70	0,01
Bienes y servicios diversos	5,36	0,61	0,03	0,63	0,03
Recreación y cultura	3,79	0,45	0,01	0,58	0,02
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,38	0,01	0,54	0,01
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,40	0,01	0,45	0,01
Restaurantes y hoteles	9,43	0,63	0,07	0,34	0,04
Educación	4,41	0,03	0,00	0,07	0,00
Información y comunicación	4,33	-0,19	0,00	-0,05	0,00

Fuente: DANE, IPC
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,78%), se ubicaron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Transporte y Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar, las cuales aportaron 0,65 puntos porcentuales a la variación total.

Encuesta Mensual de Servicios (EMS)
Febrero de 2026ᵖ

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios
Total nacional
Febrero 2026ᵖ / febrero 2025



Fuente: DANE, EMS.
ᵖ Cifra provisional

Evolución general de los subsectores de servicios

Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (febrero 2026p / febrero 2025)

En febrero de 2026, catorce de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con febrero de 2025.

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Total nacional
Febrero 2026ᵖ / febrero 2025

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros Ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	4,9	4,3	-0,0	0,6
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	17,8	17,6	-0,0	0,2
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	10,1	8,5	1,5	0,1
J	División 58	Actividades de edición	-2,9	-1,2	-1,4	-0,3
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	7,2	3,2	2,8	1,2
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	6,4	0,2	0,1	6,1
J	División 61	Telecomunicaciones	-3,2	0,4	-3,5	-0,1
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	5,5	4,7	0,8	-0,0
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	0,1	1,1	-1,2	0,2
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	1,1	1,5	-0,4	-0,1
M	Clase 7310	Publicidad	11,2	10,9	0,3	0,1
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	18,8	18,8	0,0	-0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-1,3	-1,4	0,0	0,1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	-0,3	-0,1	0,0	-0,2
P	Grupo 854	Educación superior privada	4,6	4,2	0,1	0,3
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	5,6	5,6	-0,1	0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	9,3	7,8	1,7	-0,1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	5,8	4,5	2,4	-1,0

Fuente: DANE, EMS.
ᵖ Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

1.1.3 Perspectiva Comercial

¿De qué forma suele adquirirse el bien, obra o servicio que se pretende contratar? (Manera como se adquiere en el sector público y en el sector privado de acuerdo a las tradiciones comerciales del sector)

El proceso de compra en las entidades públicas tiene en lo fundamental etapas que sirven para la planeación de la adquisición del bien y servicio, dentro de los cuales se encuentra el plan anual de adquisiciones, documento que plasma las necesidades de la entidad en la adquisición de bienes, obras y servicios que se pretende adquirir durante el año, en donde se enuncia las diferentes modalidades de contratación. El estado interviene en el desarrollo

de la actividad económica como consumidor y como productor. Así, actúa como unidad económica de consumo cuando adquiere bienes y servicios de las empresas privadas para desarrollar las funciones y los objetivos que se tienen por cumplir con la contratación a desarrollar.

Para la adquisición de bienes y servicios en las entidades públicas, es obligación respecto de todos los procesos contractuales, la escogencia de los contratistas de forma objetiva. Esto significa que en ningún caso la selección del contratista puede ser subjetiva. Es por tal motivo que los bienes o servicios que se pretenden contratar para el normal funcionamiento administrativo o para el cumplimiento de los fines estatales, deben ceñirse a lo dispuesto por el estatuto de contratación de la administración pública, es decir la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011, Decreto 019 de 2012, Decreto 1082 de 2015, Ley 1882 de 15 de enero de 2018 y demás normas que lo deroguen, modifiquen o complementen.

Igualmente se debe cumplir con los principios de la contratación estatal, los cuales rigen todos los procesos de selección que se desarrollan en la entidad estatal, sin importar la modalidad de selección por la cual se va adquirir el bien o servicio. Dichos principios son: transparencia, planeación, responsabilidad, publicación, debido proceso, supremacía de lo sustancial sobre lo formal.

A diferencia del sector público, el sector privado se compone de la actividad empresarial que es propiedad privada y está financiada y administrada por particulares. Las empresas que conforman el sector privado pueden ser: pequeñas empresas, propiedad de una sola persona o de grandes empresas como las multinacionales que operan en el mundo. El objetivo de las empresas en el sector privado es obtener un beneficio económico.

Una de las grandes diferencias de la adquisición de los bienes y servicios entre la empresa privada y el sector público es el origen y la aplicación de los requisitos. Las empresas del sector privado obtienen ingresos, controlan sus gastos y aplican políticas estrictamente tendientes a armonizar su política de inversiones y ganancias. La adquisición de bienes y servicios se realiza de una manera muy diferente al sector púbico pues las adquisiciones se pueden realizar de manera directa, es decir por factura de compra en donde se adquiere el bien según el precio y la ganancia que se obtengan de dicha compra, en donde el precio de referencia se obtiene de la oferta más favorable para la organización; un poco similar al sector público pero a diferencia, en el sector privado no se requiere de la elaboración de procesos de selección para la compra de artículos o bienes muebles e inmuebles y solo se requiere la voluntad de las partes para la ejecución contractual de manera inmediata es decir un ganancia de oferta y demanda. Para el caso de contratación de servicios en el sector privado, se realiza una selección con base en la experiencia y recomendaciones que se tengan de la organización que llevaría a cabo dicho servicio y en la oferta más favorable en cuanto a términos financieros para la organización.

1.1.4 Perspectiva Financiera

¿De qué forma el sector económico que se pretende impactar adquiere sus sistemas de financiación para el adecuado manejo y cumplimiento de las labores propias de su ejercicio comercial?

El sector en el cual se enmarca esta contratación adquiere sus sistemas de financiamiento de acuerdo en la forma que reúna el capital lo cual se conoce como financiamiento. Esta adquisición de capital le permite a las empresas la posibilidad de mantener una economía estable y eficiente al igual que mantener sus actividades comerciales que contribuyen a un mayor aporte al sector económico.

Dentro de las fuentes de financiamiento del sector encontramos:

- **Ahorros personales:** Para la mayoría de los negocios o servicios la principal fuente de financiamiento provienen de recursos personales.
- **Bancos o cooperativas de crédito:** En este aspecto encontramos los préstamos que realizan los bancos tanto a las personas naturales como jurídicas.
- **Inversión per capital:** En su mayoría son organizaciones que prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento a cambio de acciones o ganancias parciales del negocio.
- **Inversión Estatal:** En caso de empresas industriales y comerciales del estado.

Así mismo, dentro de las fuentes de financiamiento encontramos otras fuentes de financiación que es a corto plazo y están representado por:

- Créditos comerciales
- Créditos bancarios
- Pagares
- Líneas de crédito

¿De qué manera puede ello impactar en la ejecución del contrato?

Este tipo de financiamiento puede impactar la contratación respecto al índice de endeudamiento con el cual cuenta la organización o empresa en el caso de una persona jurídica. Ahora bien, el financiamiento tiene importancia en la contratación, ya que de esto depende que las organizaciones mantengan una economía estable y una continuidad de sus actividades comerciales y como consecuencia brindar al estado seguridad para que la contratación se ejecute de la manera como fue planeada.

1.1.5 Perspectiva Organizacional

¿Desde el punto de vista de la organización normalmente el mercado cómo está conformado para el cumplimiento de un contrato como el que se pretende celebrar?

Aunque la actividad económica está dividida en sectores económicos, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Dada la naturaleza del objeto, la presente contratación se ubica dentro de la clasificación análoga del **sector comercio**[6] del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresito, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.

El sector comercial y de servicios en Colombia es uno de los segmentos más importantes dentro del Producto Interno Bruto ya que es de los que más aporta. Gracias a los tratados de libre comercio ratificados por Colombia, el crecimiento de la economía en el país durante los últimos años ha tendido al alza. Las relaciones entre oferta y demanda facilitan la prestación del servicio de consultoría como los que se requieren a través de este contrato.

En Colombia el sector terciario se encarga de todas las actividades relacionadas con el comercio, servicios personales, servicios logísticos y transporte. El sector terciario a diferencia del primario y secundario no está agrupado en un gremio en sí, pero si en diferentes asociaciones y federaciones que permiten medir el crecimiento de este sector, al igual que conocer las cifras de impacto en el producto interno bruto.

Para el cumplimiento del objeto contractual este sector normalmente está conformado por personas jurídicas o naturales que cumplen con los requisitos de ley en concordancia con los principios constitucionales y normativos relacionados con la publicidad, la transparencia y la participación ciudadana.

¿Pueden señalarse cadenas de producción y/o distribución del bien, obra o servicio?

La cadena productiva es el conjunto de operaciones necesarias para llevar a cabo la producción de un bien o servicio, que ocurre de forma planificada y producen un cambio o transformación de materiales.

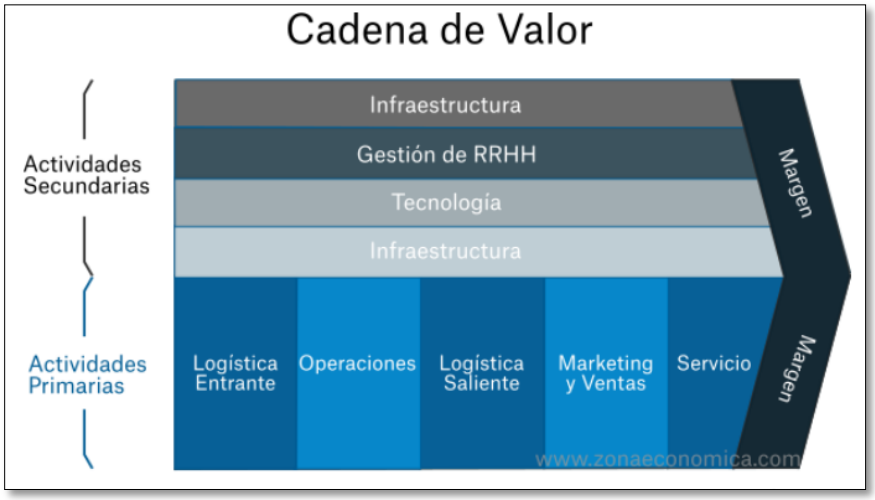
En la prestación de servicios la cadena de producción y/o distribución está enmarcada en la calidad y la satisfacción del servicio, en donde el cliente experimenta factores diferenciadores como la recordación, la lealtad y la fidelidad que lleva a generar la nueva contratación y la recompra.

La Cadena de Valor Genérica[7]

[6] https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Sectores_económicos
[7] https://m.zonaeconomica.com/modelo-cadena-valor

La cadena de valor es un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa. Porter (1985)

En base a esta definición se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra cuando es capaz de aumentar el margen (ya sea bajando los costos o aumentando las ventas). Este margen se analiza por supuesto a través de la cadena de valor de Michael Porter.



La cadena de valor se divide en dos partes:

1. Actividades Primarias: se refieren a la creación física del producto, su venta y el servicio postventa, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

2. Actividades Secundarias: están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas ‘actividades secundarias:

Toda empresa tiene actividades de valor directo, indirecto y de aseguramiento de Calidad. Los tres tipos no solo están presentes entre las actividades primarias, sino en las actividades de apoyo.

La cadena de valor no es una colección de actividades independientes, sino un sistema de actividades interdependientes. Las actividades de valor están relacionadas por eslabones dentro de la cadena de valor. Los eslabones son las relaciones entre la manera en que se desempeñe una actividad y el costo o desempeño de otra. (Arimany, 2010)

¿El producto obra o servicio requiere la realización de labores de importación de mercancías y/o servicios?

No requiere de la importación de mercancías y/o servicios pues en el país se cuenta con gran cantidad de empresas, agremiaciones y organizaciones que prestan los servicios que se pretenden contratar.

1.1.6 Perspectiva Técnica

¿El bien, obra o servicio que se pretende adquirir requiere una condición técnica especial y especifica?

Si, para ello los posibles oferentes deberán remitirse a las fichas técnicas y a los estudios y documentos previos que hacen parte integral del proceso de contratación con el fin de analizar las características o condiciones específicas que deberá cumplirse en el contrato.

¿Qué garantías tiene el producto, bien o servicio tradicionalmente en el mercado?

Para la ley colombiana de protección al consumidor, producto es todo bien o servicio, por lo tanto los servicios también tienen garantía, y según lo establecido en el Estatuto del Consumidor, Ley 1480, artículo 7° *"En la prestación de servicios en el que el prestador tiene una obligación de medio, la garantía está dada, no por el resultado, sino por las condiciones de calidad en la prestación del servicio, según las condiciones establecidas en normas de carácter obligatorio, en las ofrecidas o en las ordinarias y habituales del mercado"*

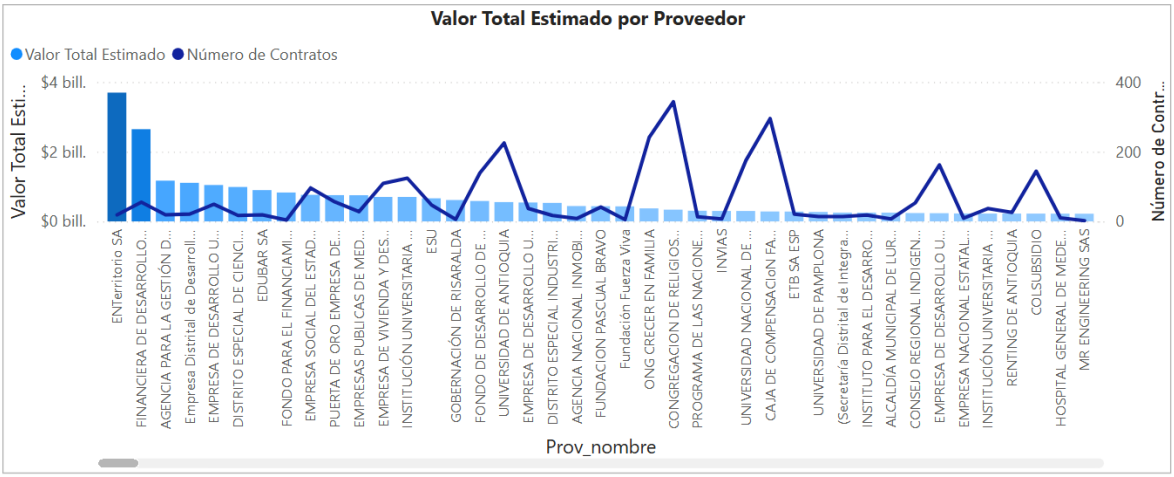
Así las cosas, la entidad considera pertinente que **la garantía de calidad en la prestación del servicio** que se pretende contratar **no podrá ser inferior a tres (3) meses o por el plazo de ejecución del contrato en caso de ser inferior**

1.2 ESTUDIO DE LA OFERTA

1.2.2 Empresas del sector

¿Puede nombrar algunas de las empresas del sector al cual pertenece la adquisición del bien, obra o servicio?

Los siguientes son los posibles oferentes que se encuentran en el mercado local y/o nacional:



MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO –MAE– [8]

El Modelo de Abastecimiento Estratégico corresponde a una agrupación de buenas prácticas en abastecimiento estratégico para la gestión de compra de las entidades públicas colombianas. La Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente - desarrolló el Modelo De Abastecimiento Estratégico para facilitar y mejorar los procesos de compras de las entidades, buscando que se destaquen por sus niveles de transparencia, eficiencia y generación de valor por dinero.

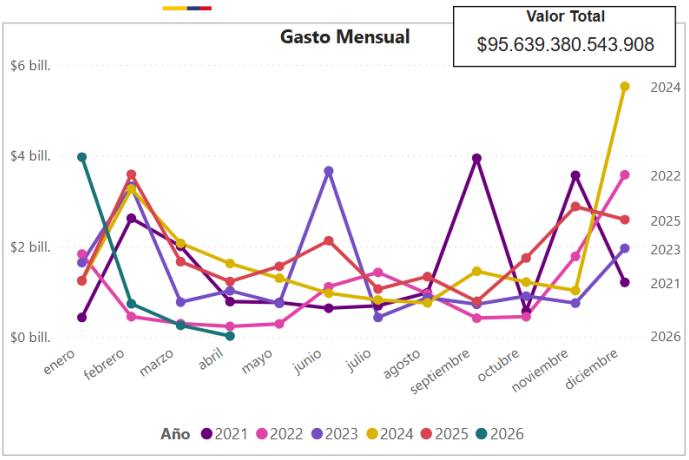
Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente

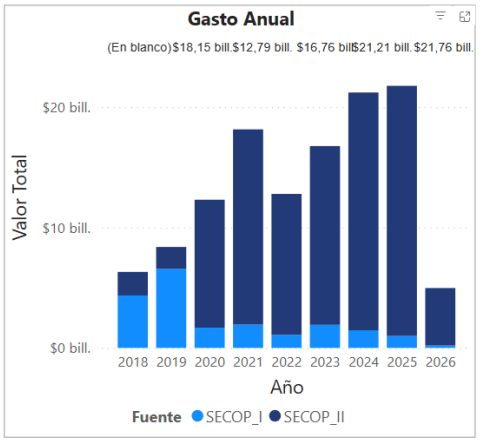
ANÁLISIS DE LA OFERTA

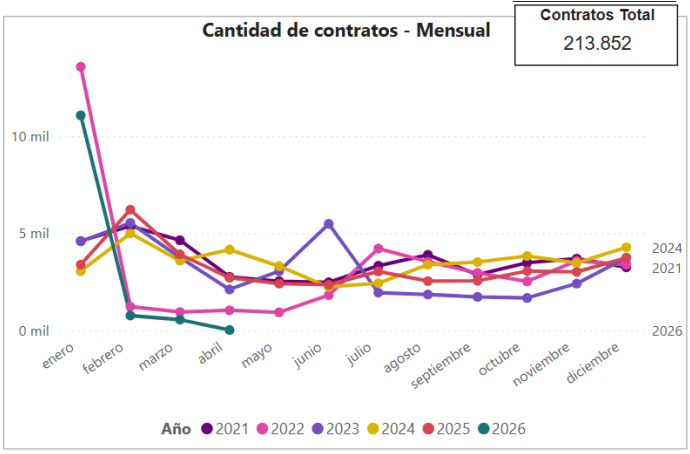
Este análisis permite tener un entendimiento claro sobre el mercado de la oferta y todas las variables y actores que allí se unen. En otras palabras, el Análisis de la Oferta da un entendimiento a las dinámicas que afectan los sectores, la cadena de abastecimiento, y permite identificar los proveedores que existen en el mercado.

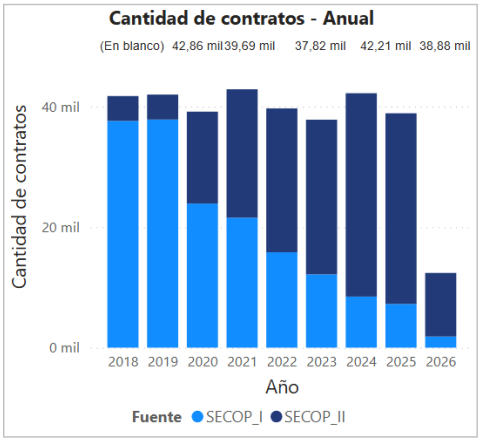
[8] https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZGM0NzAyYjAtNTFmMy00MjYzLTg5ODAtZWUxNDYxMDlkZmZkIiwidCI6IjdiMDkwNDFlLTI0NTEtNDlkMC04Y2IxLTc5ZDVlM2Q4YzFiZSIsImMiOjR9&pageName=ReportSection17ad17361e56dd6a009c

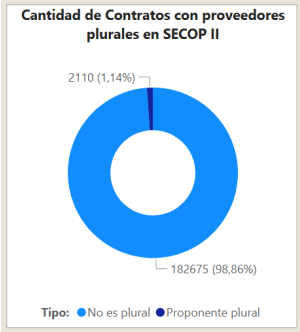
MUNICIPIO DE SABANETA ANTIOQUIA	**ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO**	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

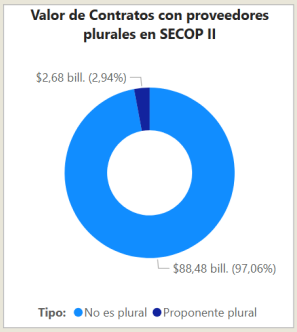


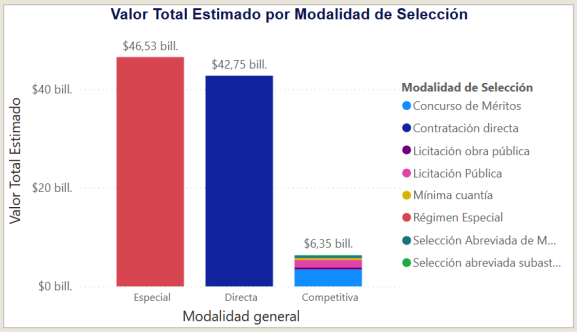








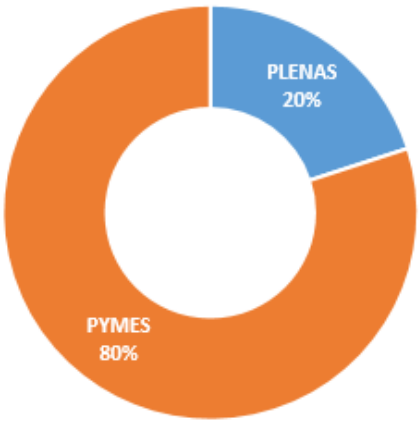




Criterios diferenciales para MiPymes en el sistema de compras públicas de acuerdo al ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.18 del Decreto 1860 de 2021

Con el fin de dar aplicabilidad a los criterios diferenciales para MiPymes en el sistema de compras públicas de acuerdo al ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.18 del Decreto 1860 de 2021 se analiza la composición de mercado en cuanto a que proporción entre pequeñas, medianas y grandes empresas pertenecen a éste.

Consultando la base de datos **SIREM a corte 31 de diciembre de 2024**, se encuentran 227 empresas clasificadas en la actividad comercial relacionada con el objeto contractual, la cual corresponde al **CIIU 7310, 7410, 8230,** dentro de las cuales hay pequeñas, medianas y también grandes empresas denominadas plenas en la siguiente proporción:



1.2.3 Análisis de presupuesto oficial

Determinación porcentaje techo.
Para obtener los resultados del análisis del sector se tienen en cuenta tres (3) cotizaciones actuales cuya descripción cumple con las solicitadas en los estudios previos. A partir de estas cotizaciones, se realiza un promedio ponderado Este proceso permite establecer un precio techo para cada ítem, asegurando un valor de referencia competitivo y alineado con las tendencias del sector.

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01
		Fecha: 25-09-2024

Resultado del análisis para determinar el presupuesto oficial:

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
CAMPAÑA MEDIOS ALTERNATIVOS (BICICLETAS,PATINETAS ELECTICAS,	1	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA PARA MEDIOS ALTERNATIVOS (BICICLISTAS,PATINETAS ELECTRICAS ENTRE OTROS) " (MANUAL DE IMAGEN que contenga todos los elementos visuales y textuales que definen la identidad de la campaña, incluyendo el logotipo, colores, tipografías, estilos fotográficos, patrones, y directrices de uso en diferentes aplicaciones, los cuales deben conservar coherencia con la imagen institucional, en todo caso este deberá ser aprobado por la oficina de comunicaciones del Municipio)	unidad	$ 11.524.443	$ 9.979.499	$ 14.795.722	$ 12.099.888	1	$ 12.099.888
	2	INTERVENCIONES BTL, EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 2.103.609	$ 2.308.001	$ 1.709.226	$ 2.040.279	40	$ 81.611.152
	3	MONTAJE, LOGÍSTICA Y EJECUCIÓN INTEGRAL DE EVENTO CICLÍSTICO DE CARÁCTER MUNICIPAL PARA EXPOSICIÓN Y ENCUENTRO DE BICICLETAS ANTIGUAS, CLÁSICAS Y REFORMADAS, INCLUYENDO SUMINISTRO, TRANSPORTE, INSTALACIÓN Y DESMONTAJE DE INFRAESTRUCTURA Y EQUIPOS TALES COMO SONIDO PROFESIONAL, TARIMA 6X6, PANTALLA LED 4X3, CARPAS, ARCO INFLABLE DE LLEGADA, MOBILIARIO LOUNGE, ARREGLO FLORAL, HIDRATACIÓN Y APOYO LOGÍSTICO Y TÉCNICO REQUERIDO PARA EL ADECUADO DESARROLLO DEL EVENTO.	unidad	$ 16.005.572	$ 16.609.532	$ 17.532.175	$ 16.715.760	1	$ 16.715.760
	4	ALQUILER CARRO VALLA CON IMAGEN DE LA CAMPAÑA Y AUDIO X HORA INCLUYE HONORARIOS DE CONDUCTOR Y GASOLINA	unidad	$ 364.280	$ 393.566	$ 289.139	$ 348.995	40	$ 13.959.795
	5	JINGLE ALUSIVO A LA CAMPAÑA ENTRE 5 A 30 SEGUNDOS	unidad	$ 3.726.585	$ 4.043.980	$ 4.511.374	$ 4.093.980	1	$ 4.093.980

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
	6	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO, 3X2 METROS PARA CARRO VALLA CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	unidad	$ 287.128	$ 311.593	$ 379.805	$ 326.175	2	$ 652.351
	7	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO, PARA VALLA ARCO ESTRUCTURA METALICA, INSTALACIÓN EN ALTURAS.	unidad	$ 4.294.322	$ 4.100.807	$ 3.705.597	$ 4.033.575	1	$ 4.033.575
	8	ALQUILER UNA CARA DE ESPACIOS ARCOS VALLAS DE ENTRADA Y SALIDA DEL MUNICIPIO CON MEDIDAS 1.5 MTS ALTO X 12 MTS DE ANCHO	meses	$ 5.331.694	$ 5.109.756	$ 7.419.060	$ 5.953.503	4	$ 23.814.013
	9	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO PARA VALLA 6X4 METROS	unidad	$ 2.066.774	$ 2.000.889	$ 1.948.512	$ 2.005.392	1	$ 2.005.392
	10	DISEÑO, PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN EN ALTURAS DE MINI VALLAS DE 90 X60 CM EN HIERRO CON IMPRESIÓN UV EN ADHESIVO LAMINADO, TIPO HABLADORES PARA POSTES EN VÍAS PRINCIPALES Y BARRIOS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 736.290	$ 786.414	$ 952.627	$ 825.110	15	$ 12.376.655
	11	CASCOS ERGONÓMICOS PARA DIFERENTES MEDIOS DE TRANSPORTE ALTERNATIVOS (Con múltiples orificios de ventilación,sistemas de ajuste en correas, interior de espuma que permiten un calce firme y personalizado) que cumplan con la NTC 4533.	unidad	$ 135.617	$ 141.450	$ 99.925	$ 125.664	600	$ 75.398.400
	12	MATERIAL PARA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SEPARARDOR DE LIBRO, LAMINADO (PAPEL OFFSET BLANCO 350 GRS CON PRETROQUELADO IMPRESIÓN LITOGRÁFICA)	unidad	$ 853	$ 788	$ 1.144	$ 928	13000	$ 12.066.600

MUNICIPIO DE SABANETA ANTIOQUIA	**ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO**	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
CAMPAÑA CONDUCTORES DE VEHICULOS PARTICULARES, SERVICIO PUBLICO, CARGA PESADA)	13	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA PARA CONDUCTORES "EN SABANETA" (MANUAL DE IMAGEN que contenga todos los elementos visuales y textuales que definen la identidad de la campaña, incluyendo el logotipo, colores, tipografías, estilos fotográficos, patrones, y directrices de uso en diferentes aplicaciones, los cuales deben conservar coherencia con la imagen institucional, en todo caso este deberá ser aprobado por la oficina de comunicaciones del Municipio)	unidad	$ 11.524.443	$ 9.979.499	$ 14.795.722	$ 12.099.888	1	$ 12.099.888
	14	INTERVENCIONES DE SENSIBILIZACIÓN RECREO LÚDICO-PEDAGÓGICAS EN SEMÁFOROS Y PUNTOS ESTRATÉGICOS DEL MUNICIPIO A CONDUCTORES	unidad	$ 2.264.629	$ 2.762.169	$ 2.382.633	$ 2.469.810	30	$ 74.094.315
	15	ACTIVACIONES CAMPAÑA CONDUCTORES	unidad	$ 6.985.781	$ 7.652.249	$ 6.503.010	$ 7.047.013	1	$ 7.047.013
	16	INTERVENCIONES BTL EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 2.103.609	$ 2.308.001	$ 1.709.226	$ 2.040.279	60	$ 122.416.728
	17	DISEÑO, SUMINISTRO Y MONTAJE ESPECIALIZADO DE ELEMENTO PUBLICITARIO GRAN FORMATO PARA VALLA TIPO ARCO SOBRE ESTRUCTURA METÁLICA ELEVADA, ELABORADO EN MATERIAL LONA BANNER DE ALTA RESISTENCIA DE 13 ONZAS CON IMPRESIÓN ECO SOLVENTE EN CALIDAD FOTOGRÁFICA, INCORPORANDO PROCESOS TÉCNICOS DE TENSADO, ASEGURAMIENTO ESTRUCTURAL Y MANIOBRAS CERTIFICADAS DE TRABAJO SEGURO EN ALTURAS PARA SU CORRECTA FIJACIÓN, ESTABILIDAD Y EXPOSICIÓN EXTERIOR.	unidad	$ 4.294.322	$ 4.100.807	$ 3.705.597	$ 4.033.575	1	$ 4.033.575
	18	ALQUILER UNA CARA DE ESPACIOS ARCOS VALLAS DE ENTRADA Y SALIDA DEL MUNICIPIO CON MEDIDAS 1.5 MTS ALTO X 12 MTS DE ANCHO	meses	$ 5.331.694	$ 5.109.756	$ 7.419.060	$ 5.953.503	5	$ 29.767.517

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
	19	ALQUILER CARRO VALLA CON IMAGEN DE LA CAMPAÑA Y AUDIO X HORA INCLUYE HONORARIOS DE CONDUCTOR Y GASOLINA	unidad	$ 364.280	$ 393.566	$ 289.139	$ 348.995	50	$ 17.449.744
	20	JINGLE ALUSIVO A LA CAMPAÑA ENTRE 5 A 30 SE	unidad	$ 3.726.585	$ 4.043.980	$ 4.511.374	$ 4.093.980	1	$ 4.093.980
	21	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO, 3X2 METROS PARA CARRO VALLA CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	unidad	$ 287.128	$ 311.593	$ 379.805	$ 326.175	2	$ 652.351
	22	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO PARA VALLA 12X4 METROS	unidad	$ 3.856.628	$ 4.664.103	$ 3.781.343	$ 4.100.691	1	$ 4.100.691
	23	ALQUILER DE ESPACIOS PARA VALLAS A PISO O PETRLERAS NO INFERIOR A 12X4 METROS EN EL MUNICIPIO EN PUNTOS ESTRATÉGICOS POR MES	meses	$ 5.897.724	$ 5.273.059	$ 7.253.744	$ 6.141.509	5	$ 30.707.545
	24	DISEÑO, PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE ADHESIVO DE 120 X 90 CM IMPRESIÓN UV LAMINADO PARA CERRAMIENTOS VIALES	unidad	$ 267.473	$ 256.631	$ 415.923	$ 313.342	10	$ 3.133.425
	25	DISEÑO, PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE VALLAS CON LAMINA GALVANIZADA CON MEDIDAS DE 4X2 MTS CON CERCHAS EN HIERRO, ANCLADOS 1M AL PISO EN CONCRETO CON 3 METROS DE ALTURA EN HIERRO CON LONA 13 ONZ IMPRESO EN UV LAMINADO CON ACABADOS EN LAS VEREDAS Y BARRIOS EN PUNTOS ESTRATEGICOS DE ALTA ACCIDENTALIENDAD	unidad	$ 3.435.463	$ 3.191.596	$ 5.148.418	$ 3.925.159	5	$ 19.625.795
	26	MUG VIAJERO 14 onz. PARA BEBIDAS CALIENTES RECARGABLE PARA VEHICULOS (material en acero inoxidable, puerto para carga mas cable para vehiculo, tapa antiderrames, agarradera)	unidad	$ 49.322	$ 58.423	$ 69.566	$ 59.104	750	$ 44.327.798

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01
		Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
	27	DISEÑO Y ENTREGA DE LLAVEROS CON UN MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA.	unidad	$ 5.260	$ 5.449	$ 5.460	$ 5.390	5000	$ 26.947.550
	28	MATERIAL PARA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN PLEGABLE (PAPEL OFFSET BLANCO CON PRETROQUELADO IMPRESIÓN LITOGRÁFICA TAMAÑO OFICIO)	unidad	$ 853	$ 788	$ 1.144	$ 928	20000	$ 18.564.000
	29	DISEÑO, PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE PASACALLES 3 METROS X 60 CM LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO EN BARRIOS Y VEREDAS EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DE INGRESO Y SALIDAS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 475.372	$ 597.911	$ 540.625	$ 537.969	10	$ 5.379.693
CAMPAÑA PARA PEATONES	30	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACION DE LA CAMPAÑA PARA PEATONES (MANUAL DE IMAGEN que contenga todos los elementos visuales y textuales que definen la identidad de la campaña, incluyendo el logotipo, colores, tipografías, estilos fotográficos, patrones, y directrices de uso en diferentes aplicaciones, los cuales deben conservar coherencia con la imagen institucional, en todo caso este deberá ser aprobado por la oficina de comunicaciones del Municipio)	unidad	$ 12.473.578	$ 13.861.394	$ 9.964.684	$ 12.099.885	1	$ 12.099.885
	31	ACTIVACIONES CAMPAÑA PEATONES	unidad	$ 6.985.781	$ 7.652.249	$ 6.503.010	$ 7.047.013	1	$ 7.047.013
	32	INTERVENCIONES BTL, EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 2.103.609	$ 2.308.001	$ 1.709.226	$ 2.040.279	60	$ 122.416.728
	33	INTERVENCIONES DE SENSIBILIZACIÓN RECREO LÚDICO-PEDAGÓGICAS EN SEMÁFOROS Y PUNTOS ESTRATÉGICOS DEL MUNICIPIO A PEATONES Y GRUPOS POBLACIONALES COMO LOS ADULTOS MAYORES	unidad	$ 2.264.629	$ 2.762.169	$ 2.382.633	$ 2.469.810	30	$ 74.094.315

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
	34	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO, PARA VALLA ARCO ESTRUCTURA METALICA, INSTALACIÓN EN ALTURAS.	unidad	$ 4.294.322	$ 4.100.807	$ 3.705.597	$ 4.033.575	1	$ 4.033.575
	35	ALQUILER UNA CARA DE ESPACIOS ARCOS VALLAS DE ENTRADA Y SALIDA DEL MUNICIPIO	meses	$ 5.331.694	$ 5.109.756	$ 7.419.060	$ 5.953.503	4	$ 23.814.013
	36	ALQUILER CARRO VALLA CON IMAGEN DE LA CAMPAÑA Y AUDIO X HORA INCLUYE HONORARIOS DE CONDUCTOR Y GASOLINA.	unidad	$ 364.280	$ 393.566	$ 289.139	$ 348.995	60	$ 20.939.692
	37	JINGLE ALUSIVO A LA CAMPAÑA ENTRE 5 A 30 SEGUNDOS	unidad	$ 3.726.585	$ 4.043.980	$ 4.511.374	$ 4.093.980	1	$ 4.093.980
	38	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO, 3X2 METROS PARA CARRO VALLA CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	unidad	$ 287.128	$ 311.593	$ 379.805	$ 326.175	2	$ 652.351
	39	DISEÑO PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE ADHESIVOS 2X1 METROS EN IMPRESIÓN UV LAMINADOS EN ASCENSORES DONDE ESTA HUBICADA LA SECRETARIA DE MOVILIDAD DEL MUNICIPIO CON LAS DIFERENTES CAMPAÑAS	unidad	$ 134.152	$ 158.652	$ 182.363	$ 158.389	12	$ 1.900.668
	40	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO PARA VALLA 10X4 METROS	unidad	$ 3.544.221	$ 3.742.975	$ 3.785.944	$ 3.691.047	1	$ 3.691.047

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
	41	DISEÑO, PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE PASACALLES 3 METROS X 60 CM LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO EN BARRIOS Y VEREDAS EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DE INGRESO Y SALIDAS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 475.372	$ 597.911	$ 540.625	$ 537.969	10	$ 5.379.693
	42	DISEÑO, PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN EN ALTURAS DE MINI VALLAS DE 90 X60 CM EN HIERRO CON IMPRESIÓN UV EN ADHESIVO LAMINADO, TIPO HABLADORES PARA POSTES EN VÍAS PRINCIPALES Y BARRIOS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 736.290	$ 786.414	$ 952.627	$ 825.110	15	$ 12.376.655
	43	MUG EN CERAMICA CON AGARRADERA 13 ONZ, CON MARCA FULL COLOR	unidad	$ 28.074	$ 34.650	$ 26.526	$ 29.750	750	$ 22.312.500
	44	SOMBRILLAS SEIS CASCOS, MANGO ERGONÓMICO MARCADAS CON LA CAMPAÑA	unidad	$ 21.447	$ 22.860	$ 31.709	$ 25.339	700	$ 17.737.069
	45	MATERIAL PARA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SEPARARDOR DE LIBRO, LAMINADO (PAPEL OFFSET BLANCO 350 GRS CON PRETROQUELADO IMPRESIÓN LITOGRÁFICA)	unidad	$ 853	$ 788	$ 1.144	$ 928	15000	$ 13.923.000
CAMPAÑA PARA MOTOCICLISTAS	46	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA PARA MOTOCICLISTA (MANUAL DE IMAGEN que contenga todos los elementos visuales y textuales que definen la identidad de la campaña, incluyendo el logotipo, colores, tipografías, estilos fotográficos, patrones, y directrices de uso en diferentes aplicaciones, los cuales deben conservar coherencia con la imagen institucional, en todo caso este deberá ser aprobado por la oficina de comunicaciones del Municipio)	unidad	$ 11.524.443	$ 9.979.499	$ 14.795.722	$ 12.099.888	1	$ 12.099.888
	47	ACTIVACIONES CAMPAÑA CONDUCTORES	unidad	$ 6.985.781	$ 7.652.249	$ 6.503.010	$ 7.047.013	1	$ 7.047.013

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
	48	INTERVENCIONES DE SENSIBILIZACIÓN RECREO LÚDICO-PEDAGÓGICAS EN SEMÁFOROS Y PUNTOS ESTRATÉGICOS DEL MUNICIPIO A MOTOCICLISTAS	unidad	$ 2.264.629	$ 2.762.169	$ 2.382.633	$ 2.469.810	30	$ 74.094.315
	49	INTERVENCIONES BTL EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 2.103.609	$ 2.308.001	$ 1.709.226	$ 2.040.279	60	$ 122.416.728
	50	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO, PARA VALLA ARCO ESTRUCTURA METALICA, INSTALACIÓN EN ALTURAS.	unidad	$ 4.294.322	$ 4.100.807	$ 3.705.597	$ 4.033.575	1	$ 4.033.575
	51	DISEÑO, PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE MINI VALLAS CON LAMINA GALVANIZADA DE 110 X 90 CM CON DOS SOPORTES METALICOS ANCLADOS AL PISO EN CONCRETO CON 3 METROS DE ALTURA EN HIERRO CON ADHESIVO IMPRESO EN UV LAMINADO CON ACABADOS EN LAS VEREDAS Y BARRIOS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 736.290	$ 786.414	$ 952.627	$ 825.110	10	$ 8.251.103
	52	ALQUILER UNA CARA DE ESPACIOS ARCOS VALLAS DE ENTRADA Y SALIDA DEL MUNICIPIO CON MEDIDAS 1.5 MTS ALTO X12 MTS DE ANCHO	meses	$ 5.331.694	$ 5.109.756	$ 7.419.060	$ 5.953.503	5	$ 29.767.517
	53	ALQUILER CARRO VALLA CON IMAGEN DE LA CAMPAÑA Y AUDIO X HORA INCLUYE HONORARIOS DE CONDUCTOR Y GASOLINA	unidad	$ 364.280	$ 393.566	$ 289.139	$ 348.995	50	$ 17.449.744
	54	JINGLE ALUSIVO A LA CAMPAÑA ENTRE 5 A 30 SE	unidad	$ 3.726.585	$ 4.043.980	$ 4.511.374	$ 4.093.980	1	$ 4.093.980
	55	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO, 3X2 METROS PARA CARRO VALLA CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	unidad	$ 287.128	$ 311.593	$ 379.805	$ 326.175	2	$ 652.351

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
	56	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONAS BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO PARA VALLA 10X4 METROS	unidad	$ 3.544.221	$ 3.742.975	$ 3.785.944	$ 3.691.047	2	$ 7.382.094
	57	ALQUILER DE ESPACIOS PARA VALLAS A PISO O PETRLERAS NO INFERIOR A 12X4 METROS EN EL MUNICIPIO EN PUNTOS ESTRATÉGICOS POR MES	meses	$ 5.897.724	$ 5.273.059	$ 7.253.744	$ 6.141.509	4	$ 24.566.036
	58	DISEÑO, PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE PASACALLES 3 METROS X 60 CM LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO EN BARRIOS Y VEREDAS EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DE INGRESO Y SALIDAS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 475.372	$ 597.911	$ 540.625	$ 537.969	10	$ 5.379.693
	59	CUBRE BOLSOS IMPERMEABLE, CON MATERIAL REFLECTIVO EN SU TOTALIDAD O EN UNA GRAN PARTE PARA UNA BUENA VISUAL NOCTURNA	unidad	$ 38.219	$ 47.562	$ 36.095	$ 40.625	800	$ 32.500.328
	60	IMPERMEABLE PARA MOTOCICLISTA EN MATERIAL DE PVC CON POLIESTER RESISTENTE AL AGUA, COMPUESTO DE CHAQUETA, PANTALON Y BOTAS CON REFLECTIVOS MARCADO CON LA CAMPAÑA	unidad	$ 206.375	$ 236.746	$ 199.479	$ 214.200	700	$ 149.940.000
	61	MATERIAL PARA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SEPARARDOR DE LIBRO, LAMINADO (PAPEL OFFSET BLANCO 350 GRS CON PRETROQUELADO IMPRESIÓN LITOGRÁFICA)	unidad	$ 853	$ 788	$ 1.144	$ 928	15000	$ 13.923.000

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
CAMPAÑA ALCOHOL	62	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA DE ALCOHOL (MANUAL DE IMAGEN que contenga todos los elementos visuales y textuales que definen la identidad de la campaña, incluyendo el logotipo, colores, tipografías, estilos fotográficos, patrones, y directrices de uso en diferentes aplicaciones, los cuales deben conservar coherencia con la imagen institucional, en todo caso este deberá ser aprobado por la oficina de comunicaciones del Municipio)	unidad	$ 13.911.382	$ 10.926.074	$ 11.462.204	$ 12.099.887	1	$ 12.099.887
	63	INTERVENCIONES BTL EN PUNTOS ESTRATEGICOS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 1.931.728	$ 2.354.809	$ 1.834.292	$ 2.040.276	69	$ 140.779.073
	64	INTERVENCIONES DE SENSIBILIZACION RECREO LÚDICO-PEDAGOGICAS EN SEMAFOROS Y PUNTOS ESTRATEGICOS DEL MUNICIPIO A CONDUCTORES	unidad	$ 2.876.099	$ 2.015.010	$ 2.518.319	$ 2.469.809	30	$ 74.094.279
	65	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO, PARA VALLA ARCO ESTRUCTURA METALICA, INSTALACIÓN EN ALTURAS.	unidad	$ 4.294.322	$ 4.100.807	$ 3.705.597	$ 4.033.575	1	$ 4.033.575
	66	ALQUILER UNA CARA DE ESPACIOS ARCOS VALLAS DE ENTRADA Y SALIDA DEL MUNICIPIO	meses	$ 5.331.694	$ 5.109.756	$ 7.419.060	$ 5.953.503	5	$ 29.767.517
	67	CARRO VALLA CON IMAGEN DE LA CAMPAÑA Y AUDIO X HORA	unidad	$ 385.712	$ 325.326	$ 335.943	$ 348.994	50	$ 17.449.684
	68	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA CARRO VALLA CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	unidad	$ 339.629	$ 300.558	$ 338.343	$ 326.177	2	$ 652.353
	69	MATERIAL PARA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SEPARARDOR DE LIBRO, LAMINADO (PAPEL OFFSET BLANCO 350 GRS CON PRETROQUELADO IMPRESIÓN LITOGRÁFICA)	unidad	$ 853	$ 788	$ 1.144	$ 928	15000	$ 13.923.000

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
	70	TERMO TIPO BOTELLA O TIPO LATA, MARCADO CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA (Tipo botella: de cuerpo alargado, fácil de transportar y con tapa hermética, ideal para uso diario. Tipo lata: con diseño más compacto y moderno, similar a una bebida enlatada, atractivo para públicos jóvenes) cualquiera de los dos diseños se escogera en comun acuerdo	unidad	$ 41.590	$ 40.826	$ 25.755	$ 36.057	500	$ 18.028.500
	71	DISEÑO Y ENTREGA DE LLAVEROS ALUSIVO A LA CAMPAÑA CON UN MENSAJE	unidad	$ 5.260	$ 5.449	$ 5.460	$ 5.390	4000	$ 21.558.040
	72	ALQUILER DE VALLAS 12X4 EN PUNTOS ESTRATEGICOS DEL DEL MUNICIPIO	meses	$ 5.897.724	$ 5.273.059	$ 7.253.744	$ 6.141.509	4	$ 24.566.036
	73	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONAS 13 ONZ IMPRESIÓN 1440 DPI CON ACABADOS PARA VALLAS 12X4 MT	unidad	$ 3.856.628	$ 4.664.103	$ 3.781.343	$ 4.100.691	1	$ 4.100.691
	74	DISEÑO, PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE PASACALLES 3 METROS X 60 CM LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO EN BARRIOS Y VEREDAS EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DE INGRESO Y SALIDAS DEL MUNICIPIO	unidad	$ 475.372	$ 597.911	$ 540.625	$ 537.969	10	$ 5.379.693
	75	DISEÑO, PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE ADHESIVO DE 120 X 90 CM IMPRESIÓN UV LAMINADO PARA CERRAMIENTOS VIALES	unidad	$ 267.473	$ 256.631	$ 415.923	$ 313.342	10	$ 3.133.425
	76	PRODUCCIÓN E INSTALACIÓN DE LONA BANNER 13 ONZAS EN IMPRESIÓN 1.440 DPI, ECO SOLVENTE, BOLSILLOS PERIMETRALES CON ACABADOS TERMO SELLADO PARA VALLA 10X4 METROS	unidad	$ 3.544.221	$ 3.742.975	$ 3.785.944	$ 3.691.047	1	$ 3.691.047

MUNICIPIO DE SABANETA ANTIOQUIA	**ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO**	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

ÍTEM		DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en los estudios previos publicados por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
CAMPAÑA CATEDRA DE EDUCACION VIAL	77	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACION PARA LA CAMPAÑA DE CATEDRA DE EDUCACIÒN VIAL (MANUAL DE IMAGEN que contenga todos los elementos visuales y textuales que definen la identidad de la campaña, incluyendo el logotipo, colores, tipografías, estilos fotográficos, patrones, y directrices de uso en diferentes aplicaciones, los cuales deben conservar coherencia con la imagen institucional, en todo caso este deberá ser aprobado por la oficina de comunicaciones del Municipio)	unidad	$ 9.888.263	$ 11.272.635	$ 15.139.701	$ 12.100.200	1	$ 12.100.200
	78	ACTIVACIONES CAMPAÑA PATRULLA INFANTIL	unidad	$ 6.985.781	$ 7.652.249	$ 6.503.010	$ 7.047.013	1	$ 7.047.013
	79	MATERIALES PARA PARA TRABAJOS (CARTULINAS, SILICONAS, CONTAC, COLORES, VINILOS Y DEMAS.	BOLSA	$ 5.259.649	$ 5.463.682	$ 4.188.973	$ 4.970.768	1	$ 4.970.768
	80	INTERVENCIONES LÚDICO-PEDAGOGICAS EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS, PARA CATEDRA DE EDUCACION VIAL.	unidad	$ 2.264.629	$ 2.762.169	$ 2.382.633	$ 2.469.810	20	$ 49.396.210
	81	KIT PATRULLA ESCOLAR POR INSTITUCION Chaleco reflectivo elaborado en material liviano y resistente, con bandas reflectivas de alta visibilidad, Sombrilla en material impermeable y estructura resistente, Gorra elaborada en tela resistente y transpirable, con visera frontal, Brazalete ajustable de identificación elaborado en material textil o reflectivo, Pito, Aviso “PARE / SIGA”, Conos de señalización.	unidad	$ 472.224	$ 434.280	$ 571.040	$ 492.515	20	$ 9.850.296
								PRESUPUESTO REQUERIDO	$ 2.000.000.000

El presupuesto es de **DOS MIL MILLONES DE PESOS M/CTE ($2.000.000.000) IVA INCLUIDO**

Notas:

- El oferente deberá tener en cuenta los valores asociados al contrato según el Acuerdo Municipal N°22 de diciembre 4 de 2024[9]
- El contratista se compromete a mantener los precios fijos de los bienes y/o servicios presentados en su oferta, en la cual están comprendidos todos los costos directos e indirectos incluidos gastos de envío, impuestos, embalajes y/o seguros que se presenten antes del cumplimiento del contrato.

1.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

Datos Históricos

¿El Municipio de Sabaneta ha adquirido en el pasado bienes, obras o servicios iguales o similares y a través de qué contratos se ha hecho?

Número de proceso	SAB-05-004-25
Objeto contractual	DESARROLLO DE ACCIONES AFIRMATIVAS ENCAMINADAS A LA PREVENCIÓN, CONCIENTIZACIÓN Y REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD VIAL EN EL MUNICIPIO DE SABANETA EN CUMPLIMIENTO DEL MANDATO LEGAL QUE IMPONEN LOS ARTÍCULOS 56 Y 160 DEL CÓDIGO NACIONAL DE TRÁNSITO TERRESTRE Y LA LEY 1503 DE 2011.

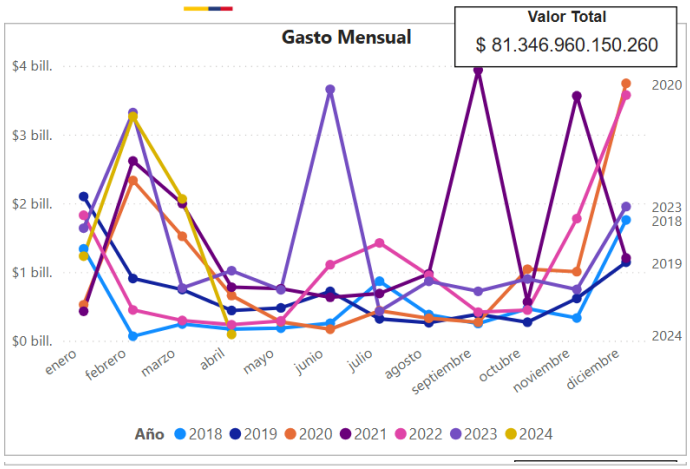
[9] https://concejodesabaneta.gov.co/files/acuerdos/2024/2024-12-04-08-07-28.pdf

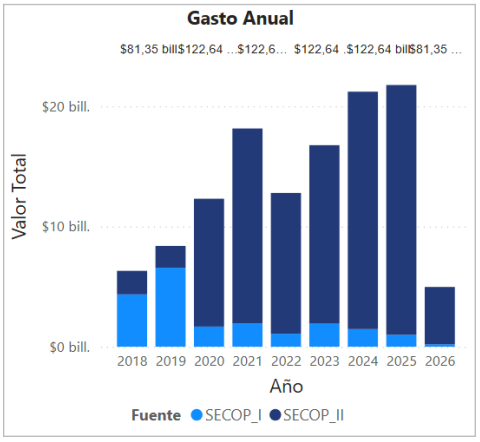
MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO –MAE– [10]

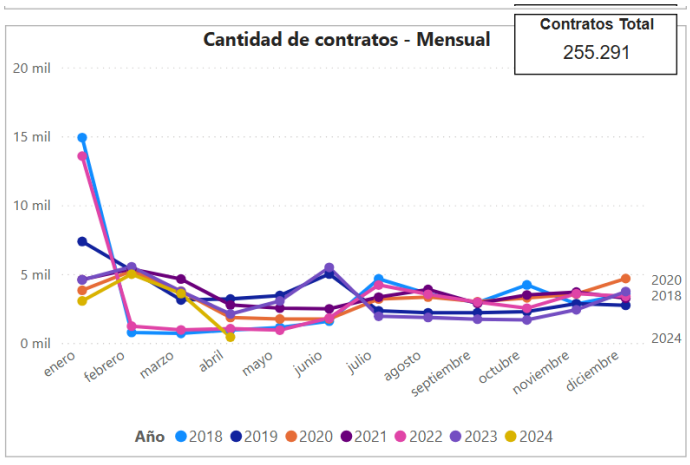
Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente

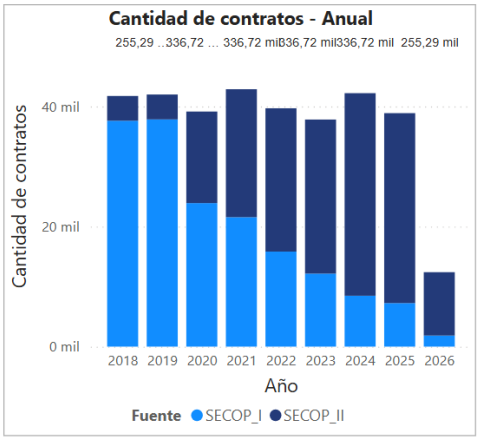
ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Esta es la primera fase en cualquier proceso de compra. Desde la visión de la compra pública, el Análisis de la Demanda es el proceso de caracterización de la necesidad, es decir, ¿qué queremos comprar?, ¿quién genera la necesidad?, etc. y del análisis de gasto de la entidad, por ejemplo: el histórico de compras, análisis de gasto por categorías, etc. Su objetivo principal es entender el comportamiento de compras de la entidad, identificar las necesidades de adquisiciones futuras y reconocer oportunidades de ahorro previo bajo una visión estratégica.

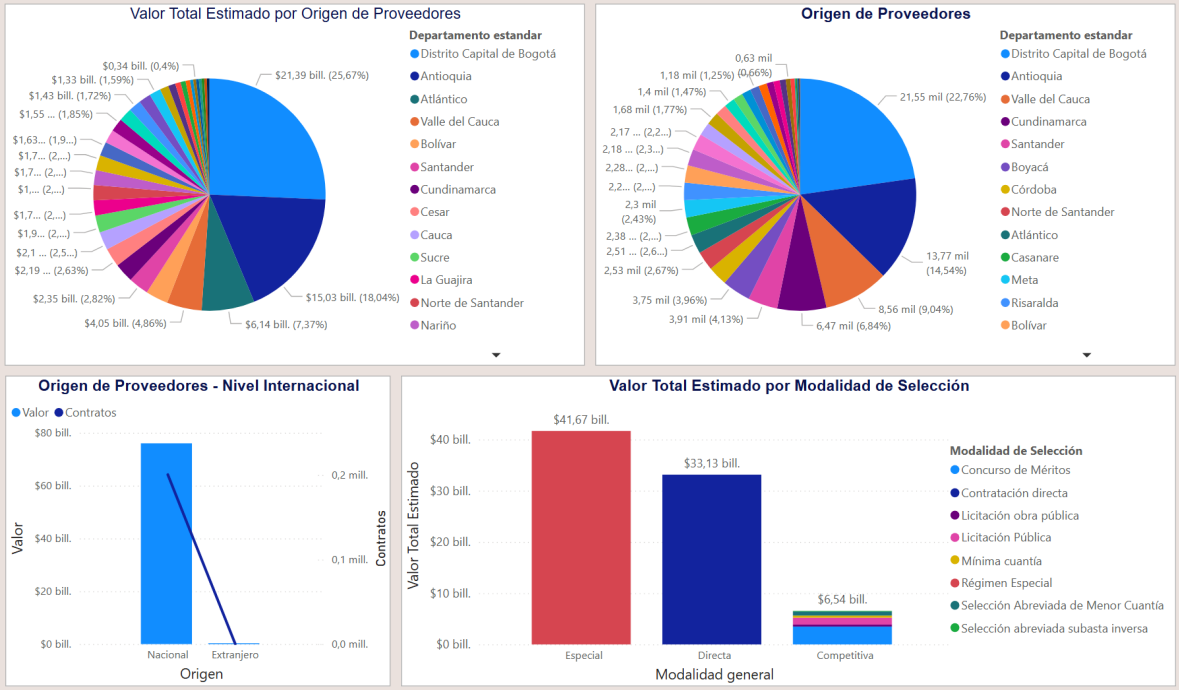








[10] https://www.colombiacompra.gov.co/colombia-compra/modelo-de-abastecimiento-estrategico



1.4 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN FINANCIERA DEL SECTOR

1.4.2 Análisis de bases de datos

Indicadores financieros

Para el tratamiento y determinación de los indicadores financieros se toman como base los resultados transmitidos en la base de datos SIREM filtrados por su respectivo código CIIU, teniendo en cuenta lo anterior se procede a realizar la segmentación de datos estadísticos bajo las herramientas de tallo de hoja y ratios cuartil, permitiendo mitigar las desviaciones de los resultados y obtener los rangos necesarios para determinar los indicadores para el proceso.

De la base de datos 2024 de la Superintendencia de Sociedades – SIREM – se obtiene el siguiente análisis de indicadores financieros que permite establecer indicadores acertados y seguros para que el contratista asegure el cumplimiento de sus obligaciones financieras y que son acordes al comportamiento del mercado.

Se toma una muestra aleatoria de **227** empresas clasificadas con la actividad comercial relacionada con el objeto contractual para realizar un promedio aritmético entre sus indicadores.

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN COBERTURA INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO ROE	RENTABILIDAD DEL ACTIVO ROA
PUBBLICA SAS	3,120	0,490	3,510	0,270	0,140
Eikon Digital SAS	1,090	0,830	1,350	0,570	0,100
EZGO SAS	1,980	0,530	0,860	0,210	0,100
INVERSIONES MURIEL BOTERO	0,530	0,080	INDETERMINADO	0,080	0,080
PEREZ Y VILLA SAS	1,040	0,800	4,300	0,380	0,070
ENMEDIO COMUNICACION DIGITAL SAS	0,870	0,790	0,800	0,380	0,080
DU BRANDS SAS	4,300	0,490	4,990	0,170	0,090
ENLACE 7 SAS	1,590	0,330	INDETERMINADO	0,060	0,040
ICO MEDIOS SAS	1,050	0,860	1,320	0,760	0,110
SIN FILTRO S.A.S. BIC	3,590	0,350	INDETERMINADO	0,160	0,100
VML COLOMBIA SAS	1,070	0,560	70,850	0,210	0,090
ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	2,510	0,380	10,540	0,320	0,200
AMARAL DISEÑO SAS	17,340	0,060	37,820	0,050	0,040
SERVIMEDIOS SAS	4,900	0,150	INDETERMINADO	0,210	0,180
LOGROS PUBLICITARIOS SAS	0,800	0,990	-1,080	-10,580	-0,080
CERON RESTREPO CIA SAS	6,170	0,140	INDETERMINADO	0,300	0,260
TEXPOIDEAS S.A.S	1,720	0,500	22,710	0,920	0,460
VISION Y MARKETING SAS	1,150	0,820	1,610	0,780	0,140
PUBLICIDAD Y ALGO MAS	0,620	0,460	INDETERMINADO	0,030	0,020
CENFER S.A.	3,500	0,050	13,300	0,020	0,020
JH HOYOS Y ASOCIADOS SAS	1,530	0,600	INDETERMINADO	0,090	0,030
INMOV S.A.S	1,800	0,580	2,590	0,220	0,090
DAVILA P&M SAS	4,490	0,310	INDETERMINADO	0,150	0,100
SIGNO 21 SAS	3,290	0,300	-4,810	-0,790	-0,550
MERCADEO ESTRATEGICO SAS	1,710	0,470	5,380	0,560	0,300
SONIDO TECNICO SONOTEC LTDA	4,390	0,300	8,190	0,210	0,150
METROVIA SAS	0,850	0,620	INDETERMINADO	0,170	0,070
SOCIEDAD INNOVACIONES GRAFICAS SAS	2,120	0,620	4,200	0,730	0,280
STP NETWOKRS SAS	1,140	0,760	2,910	0,950	0,230
ARIADNA S.A.S	2,360	0,430	4,700	0,300	0,170

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN COBERTURA INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO ROE	RENTABILIDAD DEL ACTIVO ROA
FEELING COMPANY SAS	1,890	0,630	INDETERMINADO	0,150	0,060
PANELCO SAS	1,800	0,390	INDETERMINADO	-0,060	-0,040
EL CIELO S A S	1,620	0,410	7,850	0,570	0,330
MORALESCOM S.A.S. EN PROCESO DE REORGANIZACION DE EMRGENCIA	2,060	1,070	-15,180	2,440	-0,160
MBA SAS	2,180	0,440	0,090	0,000	0,000
KOALA ANDINA LTDA	1,770	0,510	3,870	0,120	0,060
SILVA PUBLICIDAD S.A.S	0,560	0,840	INDETERMINADO	-1,000	-0,160
STRAZA SAS	2,520	0,620	1,110	0,160	0,060
PEOPLE MARKETING SAS	3,240	0,670	1,830	0,500	0,170
SPHERA PRODUCCIONES S.A.	1,580	0,620	26,810	0,170	0,070
ZELVA ECOSISTEMA CREATIVO SAS	1,170	0,770	4,660	0,090	0,020
ESPACIOY MERCADEO SAS	2,020	0,700	2,330	0,660	0,200
EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS SAS	2,480	0,400	10,680	0,340	0,200
OPTIMA TM SAS	1,610	0,540	INDETERMINADO	-0,410	-0,190
I INNERCIA SAS	2,300	0,300	9,510	0,400	0,280
DISEÑO MDC SAS	1,990	0,390	2,080	0,080	0,050
BERNAL ARQUTECTO SAS	6,400	0,340	3,190	0,040	0,030
OPEN LOGISTICA SAS	2,730	0,340	5,910	0,230	0,150
CENTURY MEDIA SAS	3,150	0,500	INDETERMINADO	0,010	0,000
PIDAMOS MARKETING TOTAL SAS	4,960	0,260	INDETERMINADO	0,050	0,040
E MARKETTOOLS SAS	1,920	0,710	INDETERMINADO	0,960	0,280
Intera Marketing Ltda	1,340	0,430	INDETERMINADO	0,500	0,280
CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS	1,110	0,750	INDETERMINADO	0,550	0,140
INTEGRA DISEÑO SAS	1,780	0,450	4,340	0,090	0,050
CONSTRUCTORA DE MARCAS SAS	1,720	0,720	INDETERMINADO	1,600	0,440
RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA S.A.S.	3,830	0,250	-0,130	-0,010	0,000
AD ORANGE S.A.S	0,680	0,860	INDETERMINADO	0,410	0,060
BEE GROUP SAS	1,710	1,020	9,390	-28,300	0,510
SM DIGITAL	2,060	0,450	INDETERMINADO	0,340	0,190
MARKETING SERVICES DE COLOMBIA SAS	2,550	0,310	-13,920	-0,340	-0,240

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN COBERTURA INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO ROE	RENTABILIDAD DEL ACTIVO ROA
MASS DIGITAL S.A.S.	2,110	0,460	9,200	0,210	0,110
IDEANDINA SAS	0,700	0,160	1,640	0,040	0,030
EVOLUTION PLASTIC SAS	1,360	0,480	2,480	0,320	0,170
MERCADEO EFECTIVO S.A.S.	2,370	0,520	1,350	0,460	0,220
SATIZABAL PRODUCCIONES SAS	0,850	0,960	INDETERMINADO	1,210	0,050
ON BRAND EXPERIENCE SAS	5,430	1,190	INDETERMINADO	1,300	-0,240
BRM SAS	2,030	0,460	5,640	0,140	0,080
SOCIEDAD DIGUELI LTDA EN ACUERDO DE REESTRUCTURACION	0,660	0,290	3,970	0,090	0,060
RONDA SAS	5,990	0,770	5,060	0,370	0,080
MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA	37,350	0,700	1,110	0,150	0,050
IDEAMOS PUBLICIDAD LTD	2,690	0,340	8,040	0,130	0,090
RODRIGO SAMPER Y CIA SAS	1,960	0,600	19,010	0,490	0,190
EXCURSIONES AMISTAD SAS Y/O ADESCUBRIR TRAVEL & ADVENTURE SAS	6,090	0,360	5,180	0,240	0,160
PLAZA MAYOR MEDELLIN CONVENCIONES Y EXPOSICIONES S.A.	1,330	0,340	167,370	0,030	0,020
PUBLIK TECNOLOGIAS INFORMACION COMUNICACIONES Y MEDIO AMBIENTE SAS	6,930	0,820	-1,480	-0,190	-0,030
MARKETING TOOLS AGENCY SAS	1,630	0,560	INDETERMINADO	0,030	0,010
MARKETING VALLAS SAS	3,610	0,110	INDETERMINADO	0,030	0,020
EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	1,730	0,420	INDETERMINADO	0,220	0,130
G12 CONGRESOS Y CONVENCIONES SAS	1,050	0,550	5,550	0,460	0,200
LAMUVI FILMS SAS	1,560	0,430	0,880	0,110	0,070
OPEN MIND LTDA	2,170	0,520	4,390	0,420	0,200
EVENTS PRODUCCIONES S.A.S	1,330	0,780	0,710	0,190	0,040
FIERA SAS	2,120	0,450	3,280	0,090	0,050
IMAGROUP COLOMBIA SAS	3,010	0,500	1,490	0,200	0,100
PUBLICIDAD MOVIL DE COLOMBIA SAS	2,090	0,520	5,040	0,290	0,140
MARCAS VITALES BMV SAS	1,840	0,540	2,670	0,230	0,110
VC MEDIOS COLOMBIA SAS	1,000	0,690	2,030	0,300	0,090
AUREA DISEÑO ARQUITECTURA SAS	6,090	0,150	4,080	0,160	0,130
SQADRA TEAM S A S	1,910	0,460	2,560	0,490	0,260
BOMBAI SAS	2,450	0,320	INDETERMINADO	0,450	0,310
AYZ PUBLICIDAD SAS	3,360	0,150	25,750	0,260	0,220

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN COBERTURA INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO ROE	RENTABILIDAD DEL ACTIVO ROA
CREAR PUBLICIDAD EXTERIOR SAS	3,330	0,500	15,470	0,360	0,180
GRUPO NACIONAL DE MEDIOS S.A.	0,800	1,210	-16,620	1,420	-0,300
ESPACIOS ALTERNOS SAS	3,640	0,220	INDETERMINADO	0,190	0,150
SHOCK PRODUCCIONES SAS	3,960	0,370	INDETERMINADO	0,190	0,120
PCN PUBLICIDAD LTDA	3,310	0,240	7,650	0,150	0,120
MARATHON DISTRIBUCIONES S.A.S	2,120	0,550	4,080	0,320	0,150
OPEN GROUP BTL SAS	8,550	0,470	7,830	0,260	0,140
PRODUCCION DE EVENTOS 911 S.A.S	0,760	0,890	2,380	0,840	0,090
MARCA REGISTRADA MR SAS	5,050	0,220	INDETERMINADO	0,250	0,200
UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONIES S.A.S	2,200	0,430	8,520	0,420	0,240
BRANDEX GLOBAL SAS BIC	2,050	0,430	10,640	0,530	0,300
BANCA DE PROYECTOS SAS	4,010	0,210	6,690	0,150	0,110
BRAIN HUB SAS	1,320	0,750	1,570	1,220	0,300
GOOGLE COLOMBIA LIMITADA	3,080	0,280	INDETERMINADO	-0,020	-0,020
EVENTOS EXTREMO PRODUCCIONES S.A.S	4,320	0,310	INDETERMINADO	0,050	0,030
XP COLOMBIA SAS EN REORGANIZACIÓN	2,280	0,800	-0,630	-0,020	0,000
BIOMARIN COLOMBIA LTDA	2,620	0,480	1,880	0,270	0,140
ORBIT EVENTOS SAS	1,590	0,330	6,450	0,270	0,180
EDELMAN COLOMBIA S.A.S.	2,090	0,430	INDETERMINADO	0,480	0,270
ANTHROPOLOGIC SAS	3,930	0,250	INDETERMINADO	-0,030	-0,030
ARISTA DE COLOMBIA S.A.S	1,430	1,300	-1,190	0,160	-0,050
HIFERA S. EN C.	6,420	0,980	1,680	0,080	0,000
GO SPORTS MEDIA SAS	2,150	0,460	10,800	0,580	0,310
DISLUMBRA SAS	4,230	0,400	10,820	0,190	0,110
GRUPO COMETA S.A.S	1,750	0,560	2,060	0,330	0,140
METALVISUAL SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPKIFICADA EN REORGANIZACION ABREVIADA	0,580	1,710	-2,490	0,020	-0,010
ASYLUM MARKETING SAS	1,240	0,850	INDETERMINADO	0,140	0,020
QUACK DE COLOMBIA SAS	1,890	0,580	INDETERMINADO	0,230	0,100
INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP LTDA	1,330	0,800	1,680	0,390	0,080
LUMEN GRAPHICS S A S	1,970	0,660	2,390	0,800	0,280
4E SAS	1,900	0,580	2,290	0,410	0,170

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN COBERTURA INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO ROE	RENTABILIDAD DEL ACTIVO ROA
DOBLEFECTO SAS	1,310	0,740	3,360	1,000	0,260
CROMATICAPEX SAS	1,150	0,320	INDETERMINADO	-0,220	-0,150
JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.	1,700	0,230	12,300	0,090	0,070
ZORB PUBLICIDAD SAS EN REORGANIZACION	2,090	0,770	INDETERMINADO	0,150	0,030
Inversiones Gabo SAS	6,530	0,570	0,400	0,030	0,010
PYP MEDIOS SAS	1,480	0,630	64,720	0,410	0,150
QUINTA GENERACIÓN SAS	13,060	0,460	17,330	0,200	0,110
Hercas Publicidad Exterior S.A.S	2,590	0,350	4,060	0,170	0,110
PUBLICITV SAS	0,210	1,250	-0,440	0,390	-0,100
A2 MARKETING PRODUCCION DE EVENTOS CONCIERTOS Y PUBLICIDAD SAS	0,320	1,240	INDETERMINADO	1,090	-0,260
LINK MARKETING & SERVICIOS SAS	1,850	0,610	1,420	0,250	0,100
PRENSA & ENTRETENIMIENTO AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS	1,860	0,470	1,450	0,220	0,120
J Y F INVERSIONES S A S EN REORGANIZACION	0,830	0,480	INDETERMINADO	0,010	0,010
GRUPO EMPRESARIAL ZAPATA MARTINEZ SAS	4,030	0,360	INDETERMINADO	0,150	0,100
SOTAVENTO GROUP SAS	9,380	0,340	10,910	0,420	0,280
FANTASTICA SAS	1,410	0,620	INDETERMINADO	0,520	0,200
BICYCLETTE SAS	26,440	0,010	134,990	0,770	0,760
ABC PRODUCCIONES SAS	3,430	0,410	63,390	0,160	0,100
INTERACTIVE MEDIA SAS	0,780	0,960	-0,080	-0,070	0,000
SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.	1,150	0,560	4,020	0,310	0,140
CONTENIDOS EL REY SAS	1,590	0,550	5,540	0,500	0,230
NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE SAS	2,750	0,490	40,320	0,670	0,340
AIRFACTORY COLOMBIA LTDA	1,670	0,600	10,720	0,140	0,060
DIVANCI AND YORK CAPITAL MANAGEMENT SAS	22,410	0,580	INDETERMINADO	0,040	0,020
EPA INVESMENT SAS	0,390	0,760	1,850	0,320	0,080
DIGIMARKETING SAS	3,680	0,270	50,480	0,250	0,180
MARKETEAM OPTIONS COLOMBIA SAS	6,780	0,990	INDETERMINADO	0,660	0,010
INTERNET MEDIA SERVICES COLOMBIA SAS	1,000	0,970	17,620	0,940	0,030
LOS GOODFELLAS BIC SAS	1,740	0,530	16,170	0,340	0,160
PLANEAR COMUNICACIONES SAS	2,780	0,320	INDETERMINADO	0,360	0,250
DENTSU COLOMBIA SAS	0,840	0,160	4,080	0,070	0,060

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01
		Fecha: 25-09-2024

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN COBERTURA INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO ROE	RENTABILIDAD DEL ACTIVO ROA
FINDASENSE COLOMBIA SAS	3,600	1,960	-0,180	0,040	-0,040
PUBLICIDAD Y EVENTOS CORPORATIVOS SAS	24,040	0,030	74,890	0,230	0,230
DIEZ COLOMBIA S.A.S.	2,680	0,700	3,520	0,300	0,090
IPROSPECT COLOMBIA SAS	1,460	0,690	1,240	0,290	0,090
BUENTIPO COLOMBIA SAS	1,290	0,650	INDETERMINADO	0,030	0,010
TAPTAP ADVERTISING SAS	1,710	0,610	11,390	0,340	0,130
ALCUBO PRODUCCIONES SAS BIC	1,360	0,560	3,820	0,260	0,120
MARKET DYNAMO SAS	1,830	0,550	INDETERMINADO	0,060	0,030
SUR HOLDING COLOMBIA UNO SAS	1,500	0,230	-16,880	-0,040	-0,030
LATIR EXPERIENCES SAS	2,150	0,910	1,780	3,340	0,300
COMARCA MARKETING ADVERTISING S A S EN REORGANIZACION	4,320	0,590	16,810	0,180	0,070
TWENTY AGENCIA CREATIVA SAS EN REORGANIZACION	6,060	0,520	INDETERMINADO	0,230	0,110
SOLUCIONES DLP S.A.S	0,520	1,900	-251,680	0,030	-0,020
ARETE LATIN AMERICA S.A.S	1,630	0,890	8,910	6,710	0,740
BEST PEOPLE SAS	1,060	0,940	-0,110	-0,040	0,000
BURSON COHN & WOLFE COLOMBIA SAS	1,290	0,730	3,010	0,140	0,040
MTA INTERNACIONAL SAS	2,150	0,600	3,150	0,280	0,110
GRUPO ADE SAS	1,090	0,890	INDETERMINADO	-0,780	-0,080
IWALL COLOMBIA SAS	4,430	1,380	1,880	-0,690	0,260
Pangea MTD SAS	4,760	0,210	INDETERMINADO	0,430	0,340
OWAK SAS	0,870	0,790	5,360	0,520	0,110
7 LOBOS SAS EN REORGANIZACION	1,090	0,880	INDETERMINADO	0,250	0,030
NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL COLOMBIA SAS	1,280	0,610	40,970	0,320	0,120
PUBLICOM COMUNICACIÓN VISUAL SAS - BIC	1,830	0,480	INDETERMINADO	0,250	0,130
CARDENAS ENTERTAINMENT AND MARKETING GROUP SAS	0,140	0,670	-25,340	-0,170	-0,060
THE JUJU SAS	1,150	0,790	4,270	1,180	0,240
INTELLIGENT CUSTOMER ACQUISITION SAS	2,020	0,490	18,350	0,480	0,240
CEMENTOS DEL ORIENTE SAS ZOMAC	2,300	0,420	INDETERMINADO	0,770	0,450
FALCON PUBLICIDAD SAS	1,970	0,400	46,340	0,570	0,340
VML GROUP COLOMBIA S.A.S.	2,260	0,560	5,710	0,410	0,180
IMAGEN Y RELACIONES PUBLICAS SAS	0,970	1,010	5,280	-8,940	0,120

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01 Fecha: 25-09-2024

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN COBERTURA INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO ROE	RENTABILIDAD DEL ACTIVO ROA
HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S	1,130	0,780	-8,650	-0,530	-0,110
ESSENCEMEDIACOM COLOMBIA S.A.S	1,770	0,560	15,390	0,150	0,060
WAVEMAKER COLOMBIA SAS	2,840	0,350	41,590	0,070	0,050
J&M COMUNICACIONES SAS	1,330	0,820	0,000	0,000	0,000
MERCADEO RELACIONAL SAS	1,240	0,790	8,680	0,850	0,170
MARKETMEDIOS COMUNICACIONES SAS	1,290	0,590	3,350	0,210	0,090
ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA SAS	4,450	0,220	14,840	0,090	0,070
PROXIMITY COLOMBIA SAS	2,310	0,430	0,610	0,310	0,180
McCann-Erickson Corporation S.A.	1,620	0,600	3,030	0,110	0,040
MMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	1,490	0,680	0,430	0,240	0,080
EFECTIMEDIOS SAS	1,510	0,430	INDETERMINADO	0,190	0,110
SONOVISTA PUBLICIDAD S.A.	1,720	0,480	INDETERMINADO	0,390	0,210
OGILVY & MATHER COLOMBIA SAS	1,930	0,610	1,740	0,150	0,060
SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	2,000	0,490	INDETERMINADO	0,170	0,090
MEDIAWISE SOLUTIONS S.A.S.	1,220	0,780	2,400	0,710	0,150
MULTISPONSOR	1,400	0,700	6,430	0,970	0,290
UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA	1,310	0,710	2,170	0,110	0,030
PHD COLOMBIA SAS	1,100	0,880	INDETERMINADO	0,000	0,000
BULL MARKETING SAS	1,360	0,780	2,510	0,820	0,180
GROUPM TRADING COLOMBIA SAS	2,750	0,370	44,270	0,280	0,180
PUBLIMETRO COLOMBIA SAS	0,640	1,180	INDETERMINADO	1,090	-0,200
SALESLAND COLOMBIA SAS	1,690	0,920	0,350	0,560	0,050
CARAT COLOMBIA SAS	1,220	0,810	1,330	0,930	0,180
FACEBOOK COLOMBIA SAS	1,850	0,430	-363,970	-0,060	-0,030
CHEIL COLOMBIA	3,220	0,300	29,470	0,170	0,120
ORION CAPITAL SAS	1,230	0,810	1,580	0,210	0,040
HAVAS + S.A.S	0,970	0,980	2,330	8,220	0,140
AMAZON WEB SERVICES COLOMBIA SAS	3,100	0,260	-33,720	-0,100	-0,070
EDITORIAL LA REPUBLICA SAS	1,630	0,350	-0,230	-0,010	-0,010
APEX TRADING SAS	2,700	0,370	31,820	0,390	0,240
EQUIPAMIENTOS URBANOS NACIONALES DE COLOMBIA S.A.S.	1,490	0,470	0,570	0,050	0,030
DDB WORLDWIDE COLOMBIA SAS	1,640	0,470	7,660	0,410	0,220

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN COBERTURA INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO ROE	RENTABILIDAD DEL ACTIVO ROA
BRANDCONNECTION SAS	1,060	0,230	105,200	0,280	0,220
INTERPUBLIC COLOMBIA S.A.S	1,020	0,530	8,730	0,330	0,150
OMD COLOMBIA SAS	1,080	0,780	INDETERMINADO	0,040	0,010
WPP MEDIA MANAGEMENT COLOMBIA SAS	1,780	0,210	-1,300	0,000	0,000
CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.	0,560	0,640	-2,870	-0,250	-0,090
COMUNICAN SA	0,630	1,240	-18,310	5,660	-1,360
GREY COLOMBIA S.A.S	5,000	0,060	6,090	0,040	0,040
MULLEN LOWE SSP3 SAS	1,830	0,890	0,600	0,390	0,040
CORFERIAS INVERSIONES SAS.	1,140	0,490	2,240	0,120	0,060
Kinesso Colombia SAS	1,490	0,410	43,210	0,360	0,220
BBDO COLOMBIA S.A.S.	0,570	0,070	INDETERMINADO	-0,010	-0,010
PROMEDIO	2,80	0,57	6,10	0,17	0,10

En conclusión se pueden fijar los siguientes indicadores financieros para el presente proceso contractual:

CAPACIDAD FINANCIERA	**ÍNDICE DE LIQUIDEZ** *Activo corriente sobre pasivo corriente*	**Igual o superior a dos (2) o Indeterminado**
	ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO *Pasivo total sobre activo total*	**Menor o igual a sesenta (60%)**
	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES *Utilidad Operacional / Gastos de Intereses*	**Igual o superior a tres (3) punto o Indeterminado**

CAPACIDAD DE ORGANIZACIÓN	**RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO** *Utilidad Operacional / Patrimonio*	**Mayor o igual a (0.02)**
	RENTABILIDAD DEL ACTIVO *Utilidad Operacional / Activo Total*	**Mayor o igual a (0.02)**

Corresponde a los indicadores financieros señalados en el artículo 2.2.1.1.1.5.3 del Decreto 1082 de 2015 y que los oferentes reflejarán en el RUP, con base en la información verificada y certificada por la Cámara de Comercio.

Para la verificación de los indicadores organizacionales solicitados, los proponentes deberán aportar la siguiente información:

El RUP actualizado con el Decreto 1082 de 2015, es decir que en el Certificado de Registro Único de Proponentes **vigente y en firme** se puedan verificar los requisitos habilitantes de índices financieros y de capacidad organizacional.

Si el oferente es un consorcio, unión temporal debe acreditar su capacidad financiera y de organización así:

Con la ponderación de los componentes de los indicadores para el efecto mostraremos las definiciones que trae Colombia Compra Eficiente como ilustración.[11]

2. Ponderación de los componentes de los indicadores

En esta opción cada uno de los integrantes del oferente aporta al valor total de cada componente del indicador de acuerdo con su participación en la figura del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

La siguiente es la fórmula aplicable:

$$(ii)\ Indicador = \frac{\left(\sum_{i=1}^{n} Componente\ 1\ del\ indicador_i \ X\ porcentaje\ de\ participación_i\right)}{\left(\sum_{i=1}^{n} Componente\ 2\ del\ indicador_i \ X\ porcentaje\ de\ participación_i\right)}$$

Donde n es el número de integrantes del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

Esta opción incentiva que el integrante del proponente plural con los mejores indicadores tenga una mayor participación en dicho proponente plural.

Se aclara que para el **indicador de liquidez**, los oferentes cuyos pasivos financieros sean cero (0), no lo podrán calcular. En este caso el oferente cumple el indicador (INDETERMINADO).
Para el indicador de razón de cobertura de intereses, los oferentes cuyos gastos de intereses sean cero (0), no podrán calcular el indicador de razón de cobertura de intereses. En este caso el Oferente cumple el indicador (INDETERMINADO), salvo que su utilidad operacional sea negativa, caso en el cual no cumple con el indicador de razón de cobertura de intereses.

[11] https://www.colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/cce_documents/cce_manual_requisitos_habilitantes.pdf

	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	CODIGO: F-JC-033 VERSION: 01
		Fecha: 25-09-2024

Elaboró		
Nombre	Catalina Gómez Correa	*(Firmado digitalmente a través de SECOP II)*
Dependencia	Oficina Jurídica	
Fecha de elaboración	25 de mayo de 2026	