

PRESUPUESTO-PROCESO DE OPERADOR LOGISTICO 2026

CONTEXTO Y JUSTIFICACION

Los diferentes eventos organizados por la entidad constituyen una pieza fundamental para el cumplimiento de los objetivos misionales, ya que implican el desarrollo de diversas actividades logísticas necesarias para la organización, producción y ejecución de encuentros requeridos para el avance de las funciones, planes, programas y metas de la AUNAP; en este contexto, y en cumplimiento de los lineamientos normativos en materia de contratación pública, así como en el marco del proceso de planeación presupuestal del proceso de operador logístico para la vigencia 2026, la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP), entidad adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, adelantó una convocatoria a través de la plataforma SECOP II con el objetivo de obtener cotizaciones válidas para la provisión de insumos y la ejecución de servicios técnicos especializados, razón por la cual los posibles oferentes corresponden a todas aquellas empresas y/o proveedores plurales, tales como consorcios y uniones temporales

La invitación fue dirigida a proveedores con códigos CIIU asociados a los bienes y servicios requeridos, en concordancia con las actividades previstas en el marco del proceso de operador logístico.

RESULTADO DE LA CONVOCATORIA EN SECOP II.

Como evidencia del proceso, se anexa el registro de la publicación en SECOP II, en el cual se evidencia la participación de 2.884 empresas, de los cuales solo 1 estuvo interesada. No obstante, al cierre del plazo establecido, no se recibió ninguna cotización.

Homepage

Aumentar el contraste

UTC-5 11:30:49

AUNAP

Búsqueda Subasta electrónica Procesos Modelos evaluación Otras herramientas Menú

Expediente

Volver

Opciones

Proceso : Proceso Operador logístico 2026 - Proceso Operador logístico 2026 (id.CO1.BDOS.10101340)

EN ANÁLISIS

Solicitud de información a los Proveedores

Proceso Operador logístico 2026 (En análisis) Pliegos

Unidad de contratación Dirección Técnica de Administración y Fomento

Ver Enlace

Contratar la prestación integral de servicios de operador logístico para la planeación, organización y ejecución de los eventos y actividades institucionales programadas por la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca, durante la vigencia 2026, incluyendo el suministro de los bienes y servicios logísticos requeridos para su realización, hasta el agotamiento del presupuesto oficial asignado

(Zona horaria (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)

Fecha de presentación de ofertas 24/03/2026 11:59 PM - Fecha de publicación 17/03/2026 2:01 PM

PROVEEDORES

Interesados

2884

LÍNEA DE TIEMPO

Fecha de publicación de concurso 17/03/2026

Plazo para solicitar aclaraciones 20/03/2026

Presentación de ofertas 24/03/2026

LISTA DE OFERTAS

Opciones

OBSERVACIONES AL PLIEGO DE CONDICIONES

Contestar

No tiene ninguna observación a los documentos del proceso

Ver más

EVALUACIÓN ECONÓMICA

Nuevo

Opciones

MENSAJES

Crear

Sin mensajes

EVALUACIÓN

Opciones

TAREAS

Crear

Sin tareas

Teniendo en cuenta que por SECOP II no fue posible la obtención de las cotizaciones, se extendió la invitación a cotizar a las siguientes empresas que cumplieran con los códigos de actividades:

No	RAZON SOCIAL	E-Mail
1	PUBLICA S.A.S	Hernan.botero@pubblica.com.co agenciade.viajes@pubblica.com.co info@pubblica.com.co
2	MAGIN COMUNICACIONES S.A.S	produccion@magincomunicaciones.com contabilidad@magincomunicaciones.com privacidad@magincomunicaciones.com
3	FEELING COMPANY S.A.S	info@feelingcompany.com, compras@feelingcompany.com
4	PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS BETHEL MARKETING Y PRODUCCIÓN	BETHELAGENCIA@gmail.com bethelcontratos@gmail.com
5	LOGÍSTICA TEQUENDAMA	info@sht.com.co
6	PRIME PRODUCCIONES S.A	socialmedia@prime-producciones.com
7	ROYAL PARK S.A.S	royalparkltda@gmail.com, comercial.royalparkltda@gmail.com
8	ORGANIZACIÓN AXON360 S.A.S	organizacion@axon360.co
9	VIAJES TOUR COLOMBIA SAS	licitaciones@viajestourcolombia.com
10	CENTURY MEDIA S.A.S.	ADMINISTRACION@century-media.net
11	RED LOGISTICA	Comercial@laredilm.com
12	PRODUCCIÓN DE EVENTOS 911	info@logistica911.com
13	DOUGLAS TRADE S.A.S	Jenny Hoyos <jenny.hoyos@douglastrade.com.co licitaciones@douglastrade.com.co GRISSKA AREVALO <grisska.arevalo@douglastrade.com.co
14	ADESCUBRIR TRAVEL & ADVENTURE SAS	Logistica5@adescubrir.com gerencia@adescubrir.com
15	CENFER	andrea.moreno@cenfer.com contacto@cenfer.com
16	MAYATUR SAS	mayatursas@mayatur.com.co
17	GRUPOPROMO	eventos@grupopromo.com.co
18	GPL MARKETING EVENTOS S.A.S	gerencia@gplmarketing.co gplmarketing@hotmail.com

No	RAZON SOCIAL	E-Mail
19	UNLOFT PRODUCCION DE MARCA S.A.S.	proveedores@unloft.co adriana.argotty@unloft.co UNLOFTPRODUCCION@gmail.com
20	LPX GROUP SAS	contabilidadlpx@gmail.com, licitacionesgerente@gmail.com
21	CEINTE S.A.S	ceinte@ceinte.com.co
22	EFEECTO S.A.S	gerencia@efecto.com.co
23	OLE EVENTOS COLOMBIA SAS	info@oleeventos.co
24	3A PRODUCTIONS SAS	Info@3aproducciones.com
25	360 LOGISTICA PEOPLE SAFE SAS	People_sas@360logistica.co
26	TOP BRAND SAS	Info@topbrand.co
27	QUINTA GENERACIÓN	Eventos@qgeneracion.com
28	LOGISTICA Y CONSULTORIA	Logycon@logycon.com.co
29	LOGISTICA Y GESTION DE NEGOCIOS	logisticaygestiondenegocios@gmail.com
30	A2 MARKETING NEW'S S.A.S	gerenciageneral@a2marketingp.com
31	RSAPRODUCCIONES S.A.S.	rsaproducciones@yahoo.es
32	MERCADEO ESTRATEGICO S.A.S.	frios@mestrategico.com
33	IMAGROUP COLOMBIA S.A.S	contacto@imagroupcolombia.com

Se anexan correos del envío de solicitud de cotizaciones (Ver capeta solicitud de cotizaciones)

CONSTRUCCIÓN DEL PRESUPUESTO OFICIAL

Para la elaboración del estudio de mercado, se hizo el desglose de los ítems necesarios para el cumplimiento del objeto contractual y de esta forma llegar al presupuesto oficial que corresponderá a una bolsa que se va agotando a medida que se vayan ejecutando los eventos que se tienen establecidos en las áreas que intervienen en proceso y que surjan en el desarrollo de las actividades misionales que debe ejecutar la AUNAP.

METODOLOGIA

Desagregación de elementos

Página 3 | 7

Se definieron cada uno de los elementos del servicio, para así poder analizar de manera precisa el valor de cada uno de los Ítem del proceso.

Método de Cálculo de Precios

De las empresas antes referenciadas, allegaron cotizaciones, las siguientes:

1. LOGISTICA TEQUENDAMA
2. CEINTE S.A.S
3. LA RED ILM S.A.S
4. RSA PRODUCCIONES S.A.S

Para el análisis se evaluaron tres medidas de tendencia central:

1. **Media:** La media es el promedio de un conjunto de valores numéricos. Para calcular la media, sumamos todos los valores y dividimos el resultado entre la cantidad de valores. (Promedio).

2. **Moda:** La moda es el valor que aparece con mayor frecuencia en un conjunto de datos. Puede haber una o varias modas en un conjunto de datos. Si no hay valores que se repitan, decimos que el conjunto no tiene moda; la moda es útil para identificar los valores más comunes en un conjunto de datos.

3. **Mediana:** La mediana es el valor que se encuentra en la mitad de un conjunto ordenado de valores numéricos. Para calcular la mediana, primero ordenamos los valores de menor a mayor y luego seleccionamos el valor que está en la posición central. Si el conjunto tiene un número par de valores, tomamos la media de los dos valores centrales, la mediana no se ve afectada por valores extremos en el conjunto de datos.

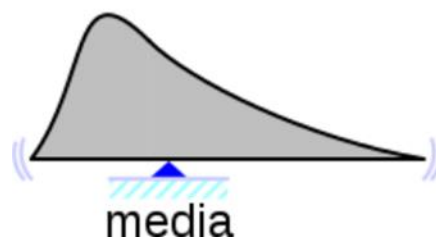
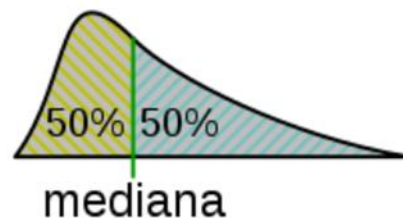
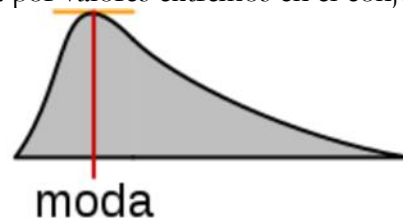


Imagen: Visualización geométrica de la moda, la mediana y de la media de una función arbitraria de densidad de probabilidad.

Teniendo en cuenta que las cotizaciones presentadas y al evidenciarse que hay algunos valores que no son comparables entre sí por corresponder a extremos la entidad consideró que el mejor método para determinar el valor de los ítems es la mediana

La media no fue utilizada para este estudio, debido a la alta dispersión de los datos y a la existencia de valores extremos (muy altos y muy bajos), generando esto, distorsión en los resultados.

Y la moda no es aplicable, porque los valores no se repiten entre los proveedores y tampoco existe frecuencia significativa.

Ventajas del cálculo de la Mediana.

Las ventajas con respecto a la media son:

- Es la medida más representativa en caso de variables que sólo admiten la escala ordinal.
- Es sencilla de calcular.
- Tiene una fácil interpretación.
- Sólo influyen los valores centrales de la distribución y es insensible a valores extremos (La media es muy sensible a valores extremos)
- Se puede calcular en distribuciones en las que los valores extremos son desconocidos siempre y cuando se tenga información sobre sus frecuencias (casos de intervalos iniciales y finales de naturaleza abierta)
- La media se utiliza para distribuciones normales de números, con una cantidad baja de valores atípicos.
- La mediana se utiliza generalmente para devolver la tendencia central en el caso de distribuciones numéricas sesgadas.
- Si los datos que se comparan son mayoritariamente uniformes, puede utilizar el agregador de la media con toda seguridad.
- Sin embargo, si el conjunto de números tiene valores atípicos, entonces debe tomar en cuenta el uso de la mediana (MED) o filtrar valores que estén sesgando los resultados.
- Neutraliza valores altos (protege a la entidad)
- Refleja mejor el “precio real del mercado”

Página 5 | 7

Cálculo de valores

Para el cálculo de los valores se tuvieron en cuenta los precios presentados por las cuatro cotizaciones allegadas (anexo carpeta cotizaciones)

Una vez validadas las cotizaciones presentadas se calcula la mediana por cada uno de los ítems, de tal manera que se fije el valor techo del tarifario:

Anexo, se relacionan los valores finales e incluso se muestra el promedio para que se pueda ver la comparación entre media y mediana, para el caso de la referencia no aplicaría la moda puesto que no es el objeto del estudio de mercado (ver archivo estudio de mercado en excel)

PRESUPUESTO OFICIAL

Ya establecidos los precios unitarios, se define el presupuesto oficial, donde se determina que los valores que arrojó el estudio de mercado corresponderán a la mediana

El presupuesto oficial es la suma de DOS MIL DOSCIENTOS VEINTICINCO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$ 2.225.000.000) con la siguiente distribución de las Áreas de la AUNAP así:

ÁREA	VALOR
PLANEACIÓN	\$ 100.000.000
DTAF	\$ 1.268.186.118
	\$ 98.678.405
	\$ 420.540.259
	\$ 212.595.218
	\$ 100.000.000
DTIV	\$ 25.000.000
TOTAL	\$ 2.225.000.000

COMISIÓN

Una vez validadas las cotizaciones presentadas por concepto de eventos con stand se calcula la mediana por cada uno de los ítems, de tal manera que se fije el valor techo

A continuación, se relacionan los valores finales por porcentaje de comisión operador logístico incluso se muestra el promedio para que se pueda ver la comparación entre media y mediana, para el caso de la referencia no aplicaría la moda puesto que no es el objeto del estudio de mercado

PORCENTAJE DE COMISION OPERADOR LOGISTICO					MEDIA	MEDIANA
CONCEPTO	TEQUENDAMA	CEINTE SAS	La RED ILM S.A.S	RSA PRODUCCIONES		
Porcentaje de Comisión Ofertado Operador Logístico	15%	16%	16%	17%	16%	16%

CONCLUSIONES

VALOR ESTIMADO

Luego del análisis de precios unitarios de los ítems a contratar, la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca, cuenta con un presupuesto oficial para el proceso es de DOS MIL DOSCIENTOS VEINTICINCO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$2.225.000, 00).

Porcentaje máximo de Comisión del operador logístico establecido por la entidad es del 16%, los oferentes no podrán superar este porcentaje so pena de rechazo de la oferta.

1. Los precios ofertados que se presenten con las propuestas deben incluir todos los costos, impuestos y demás gastos inherentes al cumplimiento satisfactorio del contrato. Estos precios no estarán sujetos a revisiones y cambios
2. Los proponentes no podrán superar los precios unitarios de referencia establecidos en el estudio de mercado.
3. La entidad contempla que para los bienes y/o servicios no incluidos en el presente documento, se solicitarán tres (03) cotizaciones, de las cuales se escogerá la que ofrezca mayor beneficio y satisfaga la necesidad requerida por la entidad; dentro de dichas cotizaciones se tendrá en cuenta la cotización que presente el operador a quien se le adjudique el proceso.

NOTA: El porcentaje de pago a terceros será el mismo que se establezca por comisión