ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

(Artículo 2.2.1.1.1.6.1 DEL DECRETO 1082 DE 2015)

Estudio del Sector que soporta el proceso de contratación para la prestación del servicio de pauta digital destinada a las estrategias de comunicación y difusión de la información del Departamento Administrativo de Planeación – Oficina SISBÉN Cali.

Institución Universitaria Antonio José Camacho – UNIAJC

Tabla de Contenido

1. Introducción 3
2. Descripción de la necesidad 3
3. Definiciones 6
4. Clasificación UNSPSC 7
5. Aspectos generales 7
    5.1. Identificación del sector económico. 9
    5.2. Variables macroeconómicas 12
    5.3. Aspectos técnicos 24
    5.4. Aspectos regulatorios 25
    5.5. Acuerdos Comerciales 26
    5.6. Limitación Mipymes 27
    5.7. Documentos Tipo 28
    5.8. Instrumentos de Agregación de Demanda (Análisis de acuerdos marco de precios) 29
    5.9. Licencias ambientales, permisos de construcción, sellos ambientales, normas o certificaciones de calidad, como por ejemplo ISO, ICONTEC. 30
6. Comportamiento del Gasto Histórico 31
    6.1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio? 31
    6.2. Modelo de abastecimiento estratégico de la Entidad 32
    6.3. Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales 34
    6.4. Modelo de abastecimiento estratégico otras entidades 35

6.5. Análisis de los procesos identificados 37
7. Análisis de la Oferta 43
7.1. Empresas que proveen el bien o servicio del objeto del proceso de contratación 43
7.2. Análisis de la oferta Modelo de Abastecimiento Estratégico 46
7.3. Cadena de suministro 47
7.4. Estructura de costos 49
8. Estudio de Mercado 50
9. Análisis de Riesgo 52
10. Conclusiones 52

1. Introducción

La función de compras debe estar orientada a satisfacer las necesidades de las entidades públicas y a obtener el mayor valor por el dinero público. Las entidades estatales deben entender claramente cuál es su necesidad y cómo pueden satisfacerla, por lo cual, deben conocer y entender cómo y con quien pueden establecer la relación contractual que permita satisfacer la necesidad identificada. Para el efecto es necesario que las entidades estatales conozcan el contexto en el cual los posibles proveedores desarrollan su actividad.

El artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, estableció como deber de las entidades estatales el realizar, durante la etapa de planeación, el análisis del sector económico y de los oferentes.

El análisis debe permitir conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgo.

De este análisis la entidad estatal debe dejar constancia en los documentos del proceso contractual el cual será publicado en el portal SECOP.

2. Descripción de la necesidad

La Institución Universitaria Antonio José Camacho es una entidad de carácter oficial, adscrita a la Alcaldía de Santiago de Cali, avalada por el Ministerio de Educación Nacional, comprometida con la formación integral de excelencia en diferentes aspectos de la educación superior.

En virtud de las funciones legales y reglamentarias que le competen y en consideración al Plan Estratégico de Desarrollo 2020-2030, la UNIAJC tiene como proyección ser reconocida en el contexto nacional por su alta calidad, pertinencia social de sus funciones misionales, soportada en un modelo de universidad inteligente que le permita dar respuesta a las exigencias de la sociedad. En busca de la eficiencia en el desarrollo de sus actividades; además de cumplir con la obligación de hacer las provisiones a que haya lugar en la consecución de los mandamientos legales relacionados con la dirección, organización, planificación y prestación del servicio educativo, en condiciones de equidad, eficiencia y calidad, todo encaminado a alcanzar los objetivos estratégicos plasmados en el PED.

La UNIAJC en cumplimiento de sus metas y objetivos trazados debe materializar sus proyectos, a través de la adquisición de bienes, obras y servicios que se requieran para la satisfacción de sus propias necesidades y las de la comunidad, siendo la Dirección de

Proyección Social, adscrita a la Rectoría, la dependencia responsable de dirigir y gestionar las relaciones de la Institución Universitaria Antonio José Camacho con su entorno social, vinculándola con la comunidad, el sector productivo y demás organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que le permitan proyectar e integrar hacia ellos las funciones esenciales educativas, de investigación y extensión de la Institución, teniendo como marco de referencia las políticas y el PED.

Como mecanismo para sus propósitos de posicionamiento y acreditación de calidad de sus programas, la UNIAJC ha adoptado una cultura de relaciones con el entorno, que involucra acciones de cooperación en doble vía, inicialmente del orden nacional y a partir del 2012 asume el reto de ofrecimiento y búsqueda de cooperación internacional. Todo ello, orientado a la financiación y consolidación de las iniciativas institucionales, así como a la magnificación de su impacto en la sociedad.

El Sistema Integrado de Gestión Organizacional, actualizado mediante Resolución No. 337 del 2020, estableció como uno de sus procesos misionales la Proyección Social, cuyo objetivo es "*Incrementar el impacto de la proyección social aprovechando el reconocimiento de la institución en el entorno".* Desde la estructura organizacional, este proceso la integran:

La **Oficina de Proyección Social (OPS),** responsable de dirigir y gestionar las relaciones de la Institución Universitaria Antonio José Camacho con su entorno social, vinculándola con la comunidad, el sector productivo y demás organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que le permitan proyectar e integrar hacia ellos las funciones esenciales de docencia, investigación y extensión. La OPS configuran:

1. Centro de formación técnico laboral.
2. Centro de idiomas.
3. Educación continua y consultorías.
4. Programa de egresados.
5. Proyectos e iniciativas de cooperación.
6. Gestión estratégica de la proyección social.

La **Oficina de Relaciones interinstitucionales (ORI),** encargada de proponer y ejecutar las políticas, gestionar, orientar, acompañar, y coordinar las relaciones y acciones de cooperación nacional e internacional de toda índole de la Institución Universitaria Antonio José Camacho que contribuyan a su desarrollo e impacto en la sociedad. La ORI la configuran la gestión de:

1. Convenios de cooperación.

2. Redes y otras asociaciones.
3. Movilidad entrante y saliente.
4. Regionalización de la educación superior.
5. Estratégica de las relaciones nacionales e internacionales.

En su gestión de relacionamiento, la UNIAJC está en la búsqueda constante de oportunidades externas de financiación técnica o económica, a través de las cuales magnifica su impacto, tanto en su comunidad universitaria como en la sociedad en general. La exploración de fuentes de financiación, sean de naturaleza pública, privada o mixtas permiten fortalecer los lazos de cooperación con el sector productivo, académico y gubernamental.

Puntualizando sobre actividades gestionadas con este último, la UNIAJC suscribió el convenio interadministrativo N° 4132.010.27.1.859-2025 con el Departamento Administrativo de Planeación del Distrito Especial de Santiago de Cali, con el objeto de aunar esfuerzos y recursos para realizar la administración, actualización y mantenimiento de la base de datos del SISBEN en su metodología IV, en procura de mejorar la calidad de vida de la población vulnerable de conformidad con los procedimientos y lineamientos establecidos para tal propósito por el Departamento Nacional de Planeación – DNP.

Para ejecutar el objeto de dicho convenio y las obligaciones consecuentes, la UNIAJC contempló la contratación de servicios asistenciales, profesionales y empresariales, arriendos, compras y demás que contribuyan al desarrollo eficaz, eficiente y oportuno de lo pactado con el ente territorial.

La UNIAJC, en virtud de las actividades contenidas en el Plan de Acción, así como en los objetivos estratégicos, durante la vigencia 2025 deberá adelantar procesos de contratación cumpliendo para ello una serie de procedimientos administrativos establecidos por las normas del Estatuto General de Contratación Estatal (Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Decreto 1082 de 2015 y demás normas complementarias sobre el tema).

En el marco del convenio interadministrativo No. 4132.010.27.1.859-2025, ejecutado por la Institución Universitaria Antonio José Camacho como operador del Sisbén en Santiago de Cali, cuyo objeto corresponde a “aunar esfuerzos y recursos para realizar la administración, actualización y mantenimiento de la base de datos del SISBÉN en su metodología IV, en procura de mejorar la calidad de vida de la población vulnerable", se estableció una meta de 60.026 hogares encuestados durante la vigencia del convenio.

A la fecha, se ha alcanzado aproximadamente el 50 % de dicha meta, equivalente a cerca de 30.000 hogares encuestados, quedando pendiente un número significativo de encuestas por realizar en un plazo reducido, teniendo en cuenta que la ejecución del convenio finaliza al cierre del mes de agosto de 2026.

Si bien la operación ha mantenido un promedio cercano a 5.000 hogares encuestados mensualmente, se requiere fortalecer las acciones orientadas a incrementar la demanda ciudadana de solicitudes de encuesta, con el fin de contribuir al cumplimiento de las metas establecidas en el convenio.

Actualmente persiste un nivel importante de desconocimiento por parte de la ciudadanía respecto a los canales, requisitos y mecanismos disponibles para solicitar la encuesta Sisbén, situación que limita el número de solicitudes recibidas. Adicionalmente, las acciones de comunicación realizadas a través de medios orgánicos presentan un alcance limitado frente a la magnitud de la población objetivo que se requiere impactar en el corto plazo.

En este contexto, se hace necesario implementar una estrategia de pauta digital segmentada que permita ampliar el alcance de los mensajes institucionales, incrementar la visibilidad de los canales de atención, llegar de manera focalizada a la población objetivo y fortalecer la difusión de la oferta de servicios relacionada con la solicitud de encuesta Sisbén en el municipio de Santiago de Cali.

Asimismo, aunque el equipo de comunicaciones desarrolla actividades de generación de contenidos y difusión institucional, no cuenta con personal especializado para la configuración, administración, optimización y seguimiento técnico de campañas de pauta digital pagada, por lo que se requiere contratar un servicio especializado que garantice la adecuada ejecución de estas actividades durante el período definido.

La implementación de esta estrategia contribuirá a fortalecer los procesos de comunicación institucional, ampliar el alcance de la información hacia la ciudadanía y apoyar los esfuerzos operativos encaminados al cumplimiento de las metas establecidas en el convenio.

3. Definiciones

Definiciones	
Análisis del Sector	Es el estudio de mercado que realiza la Entidad relativo al objeto del Proceso de Contratación, desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de Riesgo.

CIIU	Es el Código Industrial Internacional Uniforme establecido por la Comisión Estadística de Naciones Unidas para clasificar uniformemente las actividades económicas por procesos productivos y busca permitir la comparación de cifras económicas a nivel internacional.
Pauta Digital	Servicio de planificación, gestión, administración y difusión de campañas publicitarias en plataformas y medios digitales, tales como redes sociales, motores de búsqueda, sitios web y otras aplicaciones, con el propósito de ampliar el alcance de la información institucional, promover campañas de comunicación y garantizar que los contenidos lleguen de manera efectiva al público objetivo, mediante estrategias de segmentación y optimización de la inversión.
IPC	El índice de precios al consumidor (IPC) es un indicador que sirve para medir la evolución de los precios de los bienes y servicios más representativos del gasto de consumo de los hogares en Colombia y nos aporta información para calcular el costo de vida en el país.
PIB	El producto interno bruto (PIB) es el indicador más utilizado para caracterizar el estado de la economía en su conjunto y representa el resultado final de la actividad productiva dentro de un país. Esta medición es importante porque ofrece información sobre el tamaño de la economía y su desempeño, y sirve para hacer comparaciones frente a otros países.
SMMLV	Salario Mínimo Mensual Legal Vigente, que es el valor mínimo de remuneración mensual que, conforme a la legislación colombiana, debe recibir un trabajador por su jornada laboral, fijado anualmente por el Gobierno Nacional, el cual sirve como referencia para calcular pagos, multas, indemnizaciones y otros aspectos legales.
Prestación de Servicios	Ejecución de actividades especializadas por parte de una persona natural o jurídica, orientadas a satisfacer una necesidad específica de la entidad contratante, mediante el desarrollo de obligaciones previamente definidas en un contrato, sin que implique una relación laboral ni la entrega de un bien tangible.
UNSPSC	United Nations Standard Products and Services Code, que es el sistema de clasificación global que permite identificar de manera estandarizada productos y servicios para facilitar los procesos de adquisición y contratación pública, garantizando la transparencia y uniformidad en la identificación de bienes y servicios.
MAE	El Modelo de Abastecimiento Estratégico desarrollado por la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, busca mejorar la buenas prácticas en la planeación y gestión de los procesos contractuales para que los participantes del Sistema de Compra Pública lo adopten y se destaquen por sus niveles de transparencia, eficiencia y generación de mayor valor por dinero.

4. Clasificación UNSPSC

Con el fin de identificar el objeto de la contratación y homogeneizar aquellos bienes y servicios de común utilización con especificaciones técnicas, patrones de desempeño,

calidades iguales o similares para desarrollar las actividades del proyecto de inversión, se hace necesario clasificar cada uno con los códigos UNSPSC.

Para establecer los códigos UNSPSC se recomienda tomar como base el objeto del contrato y las actividades de este.

Código UNSPSC	Descripción
82101500	Publicidad impresa
82101600	Publicidad difundida
82101800	Servicios de agencia de publicidad
82111800	Servicios editoriales y de soporte
82111900	Servicios de noticias y publicidad
83121700	Servicios de comunicación masiva

5. Aspectos generales

El objeto del presente proceso de contratación se enmarca en el sector de la publicidad, el marketing digital y los servicios de comunicación estratégica, específicamente en lo relacionado con la prestación de servicios de planeación operativa, administración, ejecución y optimización de campañas de pauta digital destinadas a fortalecer las estrategias de comunicación institucional del Departamento Administrativo de Planeación – Oficina SISBÉN Cali.

Este sector comprende actividades orientadas a la planificación, gestión, implementación, monitoreo y optimización de campañas publicitarias en plataformas digitales, mediante el uso de herramientas de segmentación, análisis de audiencias y administración de espacios publicitarios en redes sociales, motores de búsqueda y demás medios digitales, con el propósito de ampliar el alcance de la información, incrementar la interacción con la ciudadanía y garantizar una difusión efectiva de los contenidos institucionales. Dentro de este mercado participan agencias de publicidad, agencias de marketing digital, centrales de medios, empresas especializadas en comunicación digital y proveedores con experiencia en la gestión de campañas publicitarias en plataformas digitales.

A diferencia de la contratación de servicios generales de publicidad o divulgación, este tipo de contratación requiere un componente técnico y especializado, toda vez que comprende la planeación estratégica de las campañas, la definición de audiencias objetivo, la administración de presupuestos publicitarios, la configuración de campañas, el seguimiento permanente de indicadores de desempeño, la optimización de resultados

y la presentación de informes que permitan evaluar el impacto de la inversión realizada por la Entidad.

El mercado de servicios de pauta digital se caracteriza por contar con una amplia oferta de proveedores con capacidad técnica y experiencia en la administración de campañas publicitarias en diferentes plataformas digitales. Esta diversidad favorece la competencia, permitiendo a las entidades estatales acceder a servicios con diferentes metodologías de trabajo, niveles de especialización, herramientas tecnológicas y esquemas de optimización, bajo criterios de eficiencia, calidad y uso adecuado de los recursos públicos.

Así mismo, se trata de un sector altamente dinámico, impulsado por la evolución constante de las plataformas digitales, los algoritmos de segmentación y las herramientas de analítica de datos, lo que exige que los proveedores mantengan conocimientos actualizados y capacidad para adaptar las campañas a las condiciones cambiantes del entorno digital, optimizando permanentemente el rendimiento de la inversión y el alcance de los contenidos institucionales.

En el caso del Departamento Administrativo de Planeación – Oficina SISBÉN Cali, la contratación de servicios de pauta digital constituye un instrumento fundamental para fortalecer la comunicación institucional, promoviendo la solicitud de encuesta del SISBÉN, ampliando el alcance de la información dirigida a la ciudadanía y facilitando la difusión oportuna de contenidos relacionados con trámites, servicios, jornadas y demás actividades desarrolladas por la Entidad, contribuyendo al cumplimiento de las metas establecidas en el marco del Convenio Interadministrativo No. 4132.010.27.1.859-2025, suscrito entre la UNIAJC y el Departamento Administrativo de Planeación del Distrito Especial de Santiago de Cali.

En este contexto, la prestación de servicios de planeación operativa, administración, ejecución y optimización de pauta digital responde a una necesidad institucional orientada a fortalecer los procesos de comunicación pública mediante el uso de medios digitales, garantizando una difusión eficiente de la información institucional hacia la población objetivo, bajo criterios de calidad, eficiencia, economía, transparencia y oportunidad.

5.1. Identificación del sector económico.

Las actividades económicas se clasifican en tres grandes sectores: primario, secundario y terciario, de acuerdo con la naturaleza de los bienes y servicios que producen. El sector primario comprende las actividades relacionadas con la extracción y aprovechamiento directo de los recursos naturales; el sector secundario agrupa las actividades industriales y manufactureras mediante las cuales se transforman materias primas en bienes elaborados; y el sector terciario corresponde a la prestación de servicios, las actividades

comerciales y demás servicios especializados dirigidos a satisfacer necesidades de personas, empresas y entidades públicas.

El objeto del presente proceso contractual, consistente en prestar los servicios de planeación operativa, administración, ejecución y optimización de pauta digital para la difusión de contenidos institucionales del SISBÉN Cali, se enmarca en el sector terciario de la economía, toda vez que la Entidad requiere contratar un servicio especializado orientado a la planificación, gestión y administración de campañas publicitarias en plataformas digitales, con el fin de ampliar el alcance de la información institucional, promover la solicitud de encuesta del SISBÉN y fortalecer las estrategias de comunicación dirigidas a la ciudadanía.

A diferencia de los procesos de adquisición de bienes, el presente proceso no tiene por objeto la compra de productos materiales ni la transformación de materias primas, sino la contratación de un servicio especializado que comprende actividades de análisis, segmentación de audiencias, configuración y administración de campañas, optimización de la inversión publicitaria, monitoreo del desempeño y seguimiento de indicadores, utilizando herramientas tecnológicas y plataformas digitales para lograr una mayor efectividad en la difusión de los contenidos institucionales.

En este sentido, el proceso corresponde a la contratación de un servicio especializado de comunicación y marketing digital, en el cual el contratista asume la responsabilidad de planear, administrar, ejecutar y optimizar las campañas de pauta digital, garantizando el cumplimiento de las especificaciones técnicas, los objetivos de difusión, los indicadores de desempeño y las demás condiciones establecidas por la Entidad, con criterios de eficiencia, oportunidad y adecuada utilización de los recursos públicos.

Clasificación según Actividad Económica (CIIU)

De acuerdo con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU Revisión 4 adaptada para Colombia por el DANE, la actividad económica asociada al presente proceso se clasifica principalmente en el siguiente código:

7310 – Publicidad

La clase CIIU 7310 – Publicidad comprende el suministro de una amplia gama de servicios publicitarios, incluyendo el asesoramiento, la creación, producción, planificación, ejecución y difusión de campañas publicitarias a través de diferentes medios de comunicación. Estas actividades incluyen la utilización de medios digitales y

tradicionales para la promoción de productos, servicios, marcas, campañas institucionales y demás estrategias de comunicación dirigidas a públicos específicos.

Esta clase incluye:

La planificación, diseño, creación, administración y ejecución de campañas publicitarias. La compra, venta y administración de espacios publicitarios en medios de comunicación tradicionales y digitales.

La difusión de campañas mediante plataformas digitales, redes sociales, motores de búsqueda, sitios web y demás canales de comunicación en línea.

La segmentación de audiencias, optimización de campañas y análisis de indicadores de desempeño.

Los servicios prestados por agencias de publicidad, agencias de marketing digital y centrales de medios.

La consultoría y asesoría en estrategias de publicidad, comunicación y mercadeo.

Esta clase excluye:

Las actividades de relaciones públicas y comunicación empresarial independientes de la publicidad, clasificadas en la clase 7020 – Actividades de consultoría de gestión.

Los estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública, clasificados en la clase 7320 – Estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública.

Las actividades de diseño gráfico cuando se prestan de manera independiente y no hacen parte integral de una campaña publicitaria.

Las actividades de producción audiovisual, cinematográfica, radiofónica o televisiva cuando constituyen un servicio independiente de publicidad.

En consecuencia, la actividad económica objeto del presente proceso contractual se encuentra comprendida dentro de la clase CIIU 7310 – Publicidad, toda vez que el contrato tiene por finalidad la prestación de los servicios de planeación operativa, administración, ejecución y optimización de pauta digital para la difusión de contenidos institucionales del SISBÉN Cali, mediante el uso de plataformas digitales y herramientas

de segmentación, con el propósito de ampliar el alcance de la información dirigida a la ciudadanía y contribuir al cumplimiento de las metas institucionales.

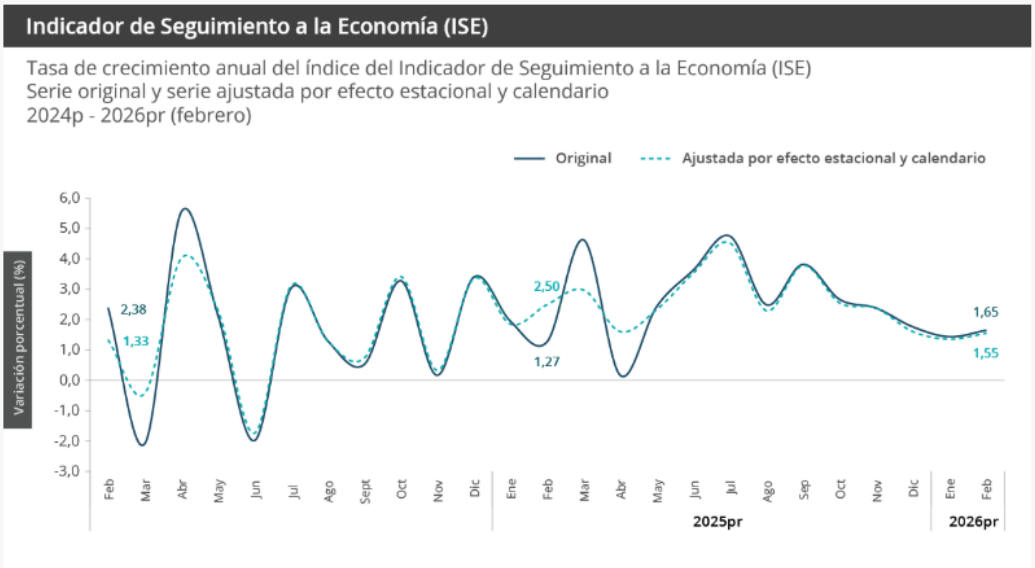
Gremios y Asociaciones que participan en el sector:

- Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica - ANDIGRAF.
- Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP)
- Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia (ANDA)
- Federación Nacional de Comerciantes - FENALCO.
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI.
- Cámaras de Comercio (a nivel regional y nacional).
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC.

5.2. Variables macroeconómicas

A continuación, se presentan los principales indicadores económicos que intervienen en la economía colombiana y por consiguiente el sector económico en el que se inscribe el proceso de contratación.

- **Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)**



Fuente: DANE, ISE
pr: preliminar
p: provisional

El Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE) es un índice sintético mensual, cuyo fin es proporcionar una medida de la evolución de la actividad económica del país en el

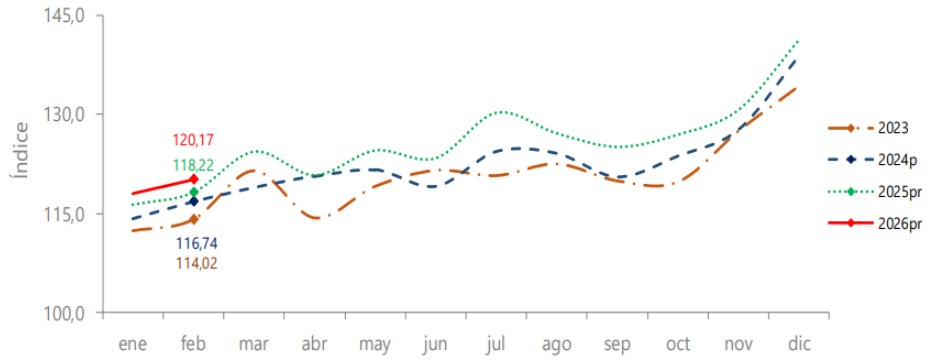
corto plazo; el cual es construido a partir de un conjunto heterogéneo de indicadores representativos de cada actividad económica.

Este indicador permite identificar la estacionalidad, la tendencia y el ciclo de la dinámica económica a lo largo del tiempo.

Comportamiento anual

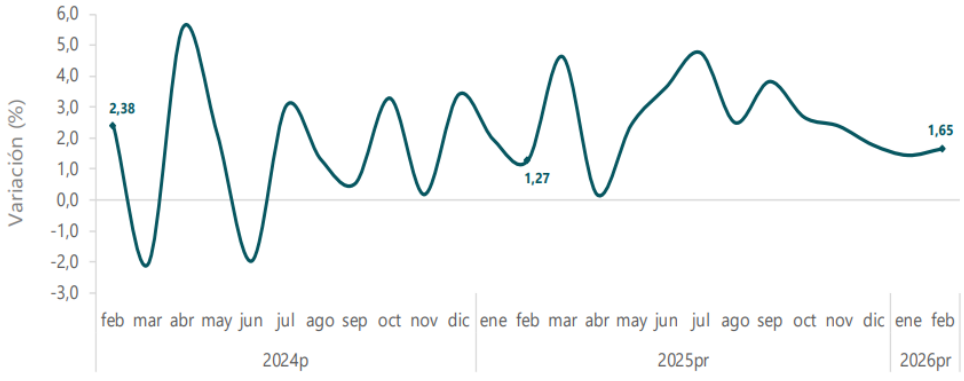
Para el mes de febrero de 2026pr el ISE en su serie original, se ubicó en 120,17, lo que representó un crecimiento de 1,65% respecto al mes de febrero de 2025pr. (Ver gráficos 2 y 3).

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)

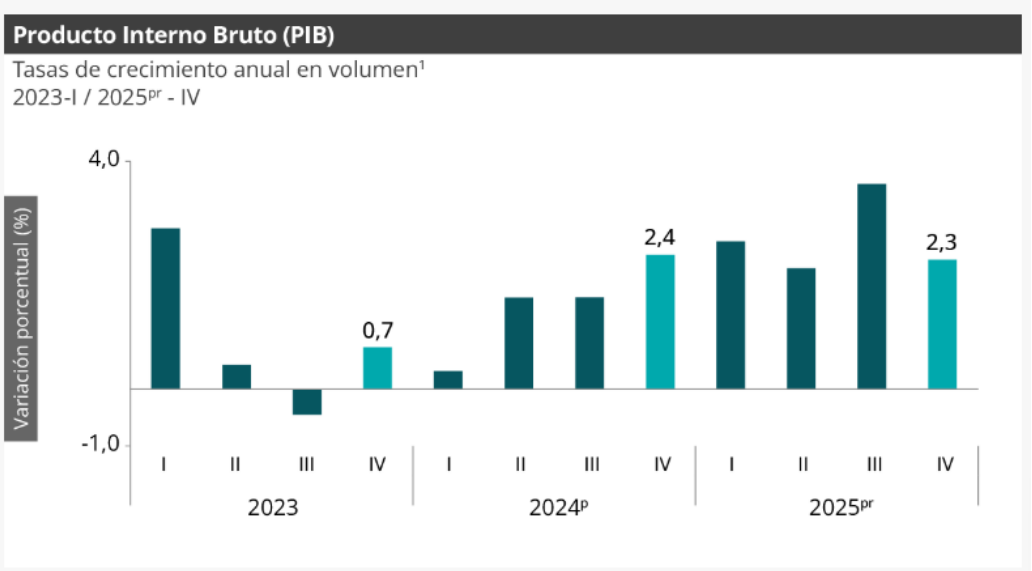


Fuente: DANE, ISE
prpreliminar
pprovisional

Para el mes de febrero de 2026pr el ISE en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, se ubicó en 127,06, lo que representó un crecimiento de 1,55% respecto al mes de febrero de 2025pr.

- **PIB.**

En el cuarto trimestre de 2025^{pr}, 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

El Producto Interno Bruto crece 2,6% en el año 2025pr respecto al año 2024p (ver tabla 1); 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 (ver tabla 1). 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%.

Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2025[p]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2025[pr] / 2024[p]	2025[pr]-IV / 2024[p]-IV	2025[pr]-IV / 2025[pr]-III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,1	-0,4	-2,6
Explotación de minas y canteras	-6,2	-2,9	1,2
Industrias manufactureras	1,9	1,0	-1,6
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	1,1	2,9	0,8
Construcción	-2,8	-2,6	-1,5
Comercio al por mayor y al por menor[3]	4,6	3,4	1,6
Información y comunicaciones	1,0	-1,2	-2,0
Actividades financieras y de seguros	2,8	0,7	-2,4
Actividades inmobiliarias	2,0	1,9	0,4
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	1,3	1,5	0,4
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	4,5	4,8	0,2
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	9,9	11,5	4,6
Valor agregado bruto	**2,7**	**2,3**	**-0,1**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,5	2,5	0,6
Producto Interno Bruto	**2,6**	**2,3**	**0,1**

Fuente: DANE, PIB_T

[Pr]preliminar

[P]provisional

[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

[2]Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental.

[3]Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida.

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

[5]Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales.

[6]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

- **Índice de Precios al Consumidor (IPC)**

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación mensual, año corrido y anual
Total nacional
2025 - 2026 (marzo)

IPC	Marzo					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,52	**0,78**	2,62	**3,07**	5,09	**5,56**

Fuente: DANE, IPC

En marzo de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,78%, la variación año corrido fue 3,07% y la anual 5,56%.

En marzo de 2026 la variación anual del IPC fue 5,56%, es decir, 0,47 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,09%.

El comportamiento mensual del IPC total en marzo de 2026 (0,78%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Alimentos y bebidas no alcohólicas. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Información y comunicación (2,96%) y Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,27%).

Comportamiento de la variación anual del IPC según divisiones y subclases
Variación y contribución anual por divisiones de gasto

En el mes de marzo de 2026, el IPC registró una variación de 0,78% en comparación con febrero de 2026, ocho divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,78%): Información y comunicación (2,96%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,27%), Salud (1,06%), Bienes y servicios diversos (0,95%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,90%), Recreación y cultura (0,88%), Restaurantes y hoteles (0,86%) y por último, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,85%). Por debajo se ubicaron: Prendas de vestir y calzado (0,19%), Educación (0,17%), Transporte (-0,22%) y por último, Bebidas alcohólicas y tabaco (-0,37%).

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

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Información y comunicación	4,33	-0,20	-0,01	2,96	0,07
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,86	0,16	1,27	0,24
Salud	1,71	1,01	0,02	1,06	0,02
Bienes y servicios diversos	5,36	0,34	0,02	0,95	0,05
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,42	0,02	0,90	0,04
Recreación y cultura	3,79	0,19	0,01	0,88	0,03
Restaurantes y hoteles	9,43	0,57	0,06	0,86	0,10
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,56	0,17	0,85	0,26
TOTAL	100,00	0,52	0,52	0,78	0,78
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,18	0,01	0,19	0,01
Educación	4,41	0,08	0,00	0,17	0,01
Transporte	12,93	0,41	0,06	-0,22	-0,03
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,57	0,01	-0,37	-0,01

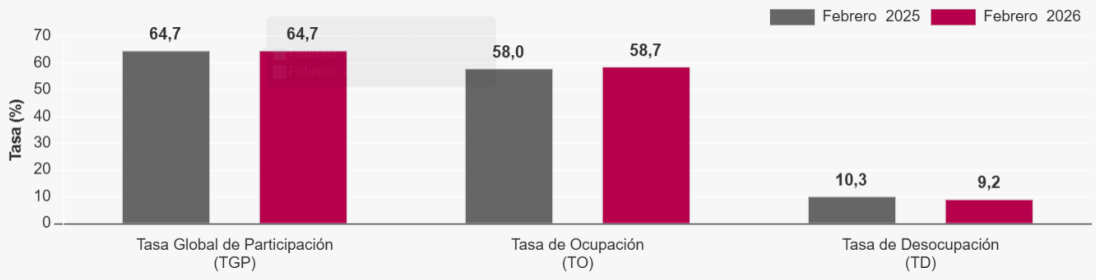
Fuente: DANE, IPC
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,78%), se ubicaron en las divisiones de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Alimentos y bebidas no alcohólicas, Restaurantes y hoteles y Información y comunicación, las cuales aportaron 0,67 puntos porcentuales a la variación total.

- **Desempleo**

Para febrero de 2026, la tasa de desocupación del total nacional fue 9,2%, lo que representó una disminución de 1,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (10,3%). La tasa global de participación se ubicó en 64,7%, siendo similar a la registrada en febrero de 2025. Finalmente, la tasa de ocupación fue 58,7%, mientras que en el mismo mes del año anterior fue 58,0%.

Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Febrero (2025-2026)



Fuente: DANE, GEIH

En febrero de 2026, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 9,2%, mientras que en el mismo mes de 2025 fue 9,8%. La tasa global de participación se ubicó en 66,4%, en tanto que en febrero de 2025 fue 66,8%.

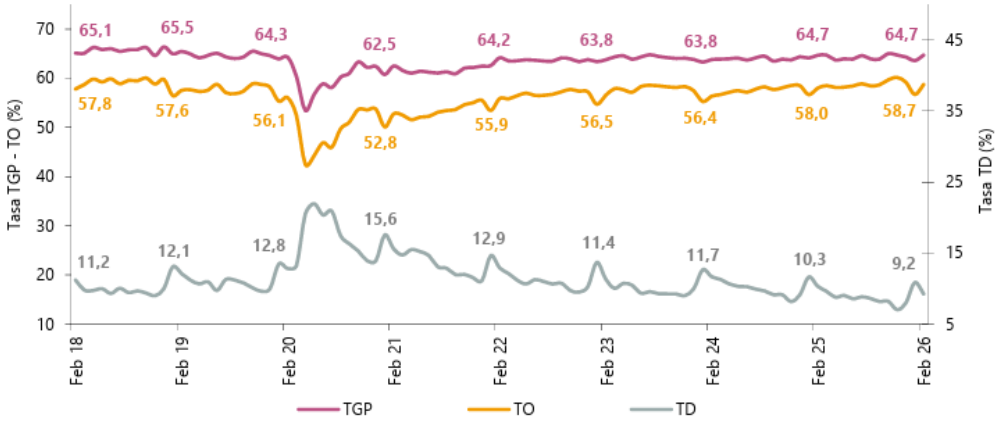
Finalmente, la tasa de ocupación fue 60,3%, siendo similar a la registrada en febrero del año anterior.

Indicadores de mercado laboral mes y trimestre para el total nacional y total 13 ciudades y áreas metropolitanas

Total nacional mensual

Para febrero de 2026, la tasa de desocupación del total nacional fue 9,2%, lo que representó una disminución de 1,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (10,3%). La tasa global de participación se ubicó en 64,7%, siendo similar a la registrada en febrero de 2025. Finalmente, la tasa de ocupación fue 58,7%, mientras que en el mismo mes del año anterior fue 58,0%.

Gráfico 2. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total nacional
Febrero (2018 - 2026)

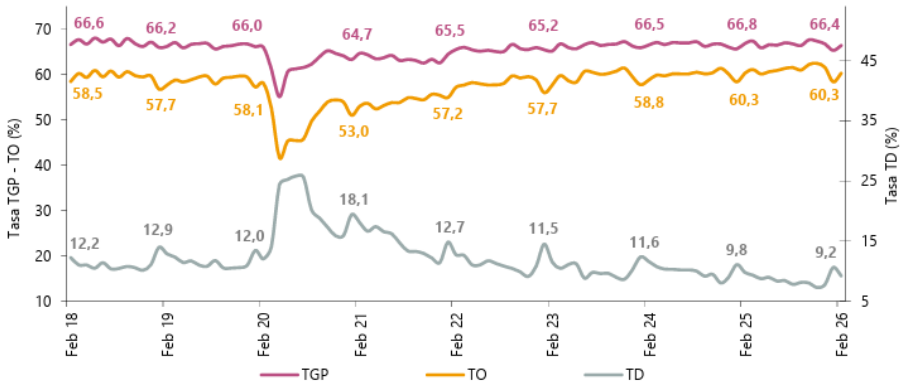


Fuente: DANE, GEIH.
Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.
Nota: cifras aproximadas a un decimal.

Total 13 ciudades y áreas metropolitanas mensual

En febrero de 2026, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 9,2%, mientras que en el mismo mes de 2025 fue 9,8%. La tasa global de participación se ubicó en 66,4%, en tanto que en febrero de 2025 fue 66,8%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 60,3%, siendo similar a la registrada en febrero del año anterior.

Gráfico 3. Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD)
Total 13 ciudades y áreas metropolitanas
Febrero (2018 - 2026)

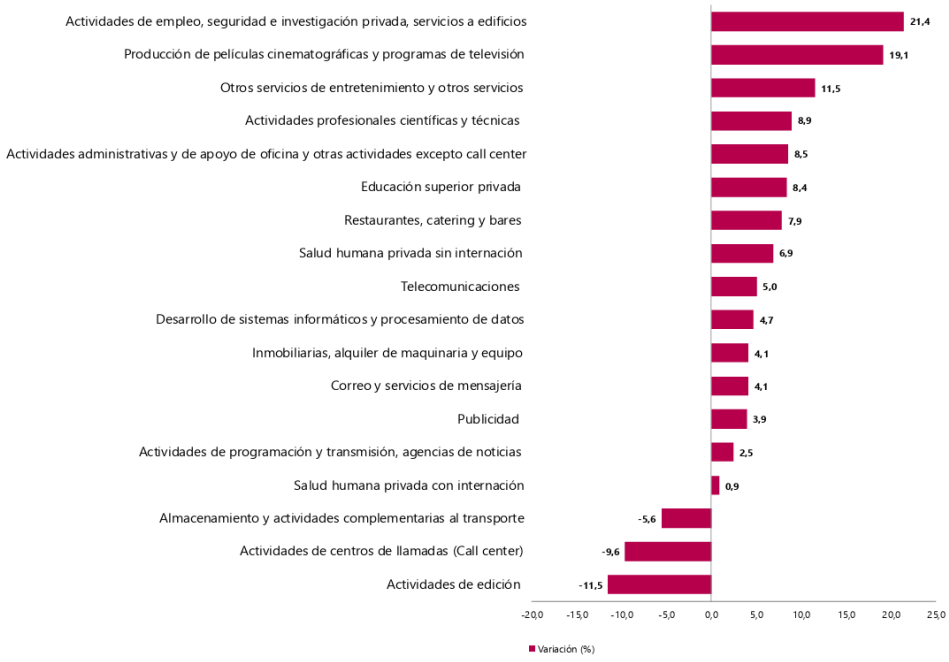


Fuente: DANE, GEIH.
Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.
Nota: cifras aproximadas a un decimal.

Encuesta Mensual de Servicios (EMS)

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

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



Fuente: DANE, EMS.
ᵖ Cifra provisional

En enero de 2026, ocho de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con enero de 2025.

Salario mínimo

Para calcular el valor del salario mínimo, se tienen en cuenta algunas variables económicas, donde definitivamente la principal variable es la inflación del año inmediatamente anterior. Generalmente el salario mínimo, se toma por parte de los empresarios y el gobierno como la base para el incremento de los salarios de los demás trabajadores que no devenguen este valor. Se debe mencionar que, para este último año fue establecido por el Gobierno Nacional, luego de no lograr un acuerdo entre empresarios y centrales obreras.

El indicador del salario mínimo como referente de la economía tiene un impacto sobre la estructura global de los salarios y en la masa salarial. El aumento en los costos de la mano de obra tendrá como consecuencia un aumento correlativo del costo total de producción. A continuación, se muestra la variación del salario mínimo en Colombia en los últimos años el cual se define mediante decreto nacional, luego de las correspondientes deliberaciones entre el sector empresarial, gremio de trabajadores y el gobierno nacional. Durante los últimos 10 años el promedio de la variación anual se ubica en 9,64%.

AÑO	SMMLV	VARIACIÓN % ANUAL	DECRETO DEL GOBIERNO NACIONAL
2016	$ 689.455,00	7,00%	252 de diciembre 30 de 2015
2017	$ 737.717,00	7,00%	2209 de diciembre 30 de 2016
2018	$ 781.242,00	5,90%	2269 de diciembre 30 de 2017
2019	$ 828.116,00	6,00%	2451 de diciembre 27 de 2018
2020	$ 877.803,00	6,00%	2360 de diciembre 26 de 2019
2021	$ 908.526,00	3,50%	1785 de diciembre 29 de 2020
2022	$ 1.000.000,00	10,07%	1724 de diciembre 15 de 2021
2023	$ 1.160.000,00	16,00%	2613 de diciembre 28 de 2022
2024	$ 1.300.000,00	12,07%	2292 de diciembre 29 de 2023
2025	$ 1.423.500,00	9,50%	1572 de diciembre 24 de 2024
2026	$ 1.750.905,00	23,00%	1469 de diciembre 29 de 2025

Fuente: Ministerio del Trabajo.

El salario mínimo legal en Colombia ha crecido durante los últimos diez años por encima de la inflación causada durante el año de la negociación, sin embargo, se puede evidenciar que desde el año (2022) creció un 10,7%, en el 2023 16% y para el 2026 23,00%, siendo estas las mayores variaciones registradas en el periodo 2016-2026. Esta situación contrastada con la alta inflación presentada en el país obliga al Banco Central a utilizar herramientas de política monetaria contractiva como el alza de la tasa de interés representativa para desestimular el consumo y contribuir así intentar controlar la inflación y que la gente no pierda poder adquisitivo. El salario mínimo relacionado anteriormente,

se debe tener en cuenta dentro de este análisis, dado que es un indicador de capacidad productiva para un país.

Tasa Representativa del Mercado TRM

La Tasa Representativa del Mercado TRM corresponde al valor promedio del dólar de los Estados Unidos frente al peso colombiano certificado por la Superintendencia Financiera de Colombia y constituye una variable macroeconómica relevante para analizar el comportamiento de los sectores que dependen directa o indirectamente de insumos, materias primas, equipos o productos importados.

En el caso del presente proceso contractual, cuyo objeto corresponde PRESTAR LOS SERVICIOS DE PLANEACIÓN OPERATIVA, ADMINISTRACIÓN, EJECUCIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE PAUTA DIGITAL PARA LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS INSTITUCIONALES DEL SISBÉN CALI, ORIENTADOS A PROMOVER LA SOLICITUD DE ENCUESTA, AMPLIAR EL ALCANCE DE LA INFORMACIÓN DIRIGIDA A LA CIUDADANIA Y CONTRIBUIR AL CUMPLIMIENTO DE LAS METAS ESTABLECIDAS EN EL MARCO DEL CONVENIO INTERADMINISTRATIVO 4132.010.27.1.859-2025 SUSCRITO ENTRE LA UNIAJC Y EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN DEL DISTRITO ESPECIAL DE SANTIAGO DE CALI., la TRM puede tener una incidencia indirecta en la estructura de costos del sector, en la medida en que algunos insumos utilizados en la producción de material impreso, tales como tintas, papeles especiales, adhesivos, vinilos, lonas, materiales sintéticos, repuestos de maquinaria, equipos de impresión y otros elementos gráficos, pueden ser importados o depender de cadenas de suministro internacionales.



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Así mismo, las variaciones en la Tasa Representativa del Mercado (TRM) pueden incidir en los costos asumidos por los proveedores del servicio de pauta digital, especialmente cuando la inversión publicitaria se realiza a través de plataformas digitales internacionales cuyas tarifas o sistemas de facturación se encuentran referenciados en moneda extranjera. Estas variaciones pueden reflejarse en el valor de la inversión publicitaria y, en consecuencia, en los precios ofertados por los proveedores, dependiendo de la plataforma seleccionada, el presupuesto destinado a la campaña, la duración de la pauta, la segmentación del público objetivo y las condiciones comerciales aplicables durante la ejecución del contrato.

No obstante, para el presente proceso la incidencia de la Tasa Representativa del Mercado (TRM) no se considera directa ni determinante en la estructuración del presupuesto oficial, toda vez que la Entidad contratará la prestación del servicio en moneda legal colombiana y los oferentes deberán incluir dentro de sus propuestas económicas todos los costos asociados a la planeación operativa, administración, ejecución y optimización de las campañas de pauta digital, así como los costos operativos, tecnológicos, administrativos, tributarios y demás gastos necesarios para el cumplimiento del objeto contractual.

En consecuencia, si bien la Tasa Representativa del Mercado (TRM) puede incidir indirectamente en algunos costos asociados a la prestación del servicio, especialmente

en aquellos relacionados con plataformas tecnológicas o herramientas digitales de origen extranjero, su impacto sobre el presente proceso no se considera determinante. En tal sentido, las posibles fluctuaciones de la TRM deberán ser previstas por los proveedores dentro de su estructura de costos y asumidas como parte de los riesgos propios de la actividad económica, sin que ello genere modificaciones al valor del contrato.

5.3. Aspectos técnicos

ITEM	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	UM	CANTIDAD
1	Inversión en pauta digital	No Aplica	No Aplica
2	Honorarios por administración de pauta	No Aplica	No Aplica
3	Total honorarios con IVA	No Aplica	No Aplica

Criterio de Experiencia: El proponente a quien se le adjudique el contrato debe presentar evidencia de al menos 3 años que demuestren la experiencia en el objeto.

5.4. Aspectos regulatorios

El presente proceso de contratación se desarrollará conforme al marco normativo que regula la contratación estatal en Colombia, así como a las disposiciones técnicas aplicables a la prestación del servicio.

- Constitución Política de Colombia: Establece los principios que rigen la función administrativa y la gestión de los recursos públicos, tales como transparencia, economía, responsabilidad, eficacia e igualdad en la contratación pública.
- Ley 80 de 1993 - Estatuto General de la Contratación Pública: Regula la contratación estatal en Colombia, estableciendo los principios de transparencia, economía y responsabilidad en los procesos de selección y ejecución de contratos.
- Ley 1150 de 2007, que introduce medidas para la eficiencia y transparencia en los procesos contractuales.

- Ley 1474 de 2011 - Estatuto Anticorrupción: Refuerza los controles y sanciones en procesos de contratación estatal para prevenir actos de corrupción en la obra pública.
- Decreto 1082 de 2015: Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional que compila la normativa aplicable al Sistema de Compra Pública y establece lineamientos para la planeación y estructuración de los procesos contractuales.
- Ley 1581 de 2012 (Protección de Datos Personales): aplicable en caso de manejo de información sensible durante la ejecución del contrato.
- Ley 594 de 2000 (Ley General de Archivos): regula la gestión documental en entidades públicas, relacionada con los procesos de impresión y digitalización.
- Ley 1712 de 2014 – Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional: resulta aplicable en la medida en que el servicio de pauta digital objeto del proceso tiene como finalidad fortalecer las estrategias de comunicación, divulgación y acceso de la ciudadanía a la información pública relacionada con los programas, trámites, servicios, requisitos y demás actuaciones adelantadas por el Departamento Administrativo de Planeación – Oficina SISBÉN Cali, garantizando una mayor difusión de la información de interés general a través de medios digitales.
- Ley 23 de 1982 y Decisión Andina 351 de 1993 – Derechos de Autor: aplicables cuando se utilicen textos, fotografías, ilustraciones, diseños, piezas gráficas, logotipos o contenidos protegidos, con el fin de garantizar que el material producido no infrinja derechos de terceros.
- Decreto 1076 de 2015 - Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible: compila la normativa ambiental aplicable en Colombia y resulta pertinente para el presente proceso en lo relacionado con buenas prácticas ambientales, manejo de residuos derivados de procesos de impresión, uso responsable de materiales, disposición de sobrantes de papel, cartón, empaques, tintas, adhesivos y demás insumos empleados en la producción gráfica.

5.5. Acuerdos Comerciales

De conformidad con el Decreto 1082 de 2015, la Entidad realizó el análisis de aplicabilidad de los acuerdos comerciales suscritos por Colombia al presente proceso contractual.

El proceso se adelanta bajo la modalidad de Mínima Cuantía, con un presupuesto oficial estimado de SIETE MILLONES NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO MIL PESOS

M/CTE ($7.975.000), incluidos todos los impuestos a que haya lugar; valor que no supera el umbral de USD 125.000 establecido en los acuerdos comerciales vigentes para la contratación de bienes y servicios por parte de entidades públicas, en consecuencia, el presente proceso no se encuentra cobijado por obligaciones derivadas de acuerdos comerciales internacionales, razón por la cual se rige exclusivamente por la normativa nacional en materia de contratación pública.

Concepto	Valor del Proceso	Umbral Mínimo Estimado (2026)	¿Supera el Umbral?
Presupuesto Oficial	**$7.975.000**	~$511.708.497 (Variable según TLC)	**NO**

Inaplicabilidad de Capítulos de Contratación Pública: Dado que el presupuesto oficial es inferior a los umbrales definidos en todos los tratados internacionales vigentes para Colombia en 2026, el presente proceso de contratación NO se encuentra cubierto por los Acuerdos Comerciales.

Trato Nacional: A pesar de no estar cubierto por los tratados, la Entidad debe garantizar el principio de Trato Nacional por reciprocidad, permitiendo la participación de oferentes extranjeros en igualdad de condiciones si estos demuestran que en su país de origen existe un trato equivalente para empresas colombianas (conforme a la Ley 816 de 2003).

5.6. Limitación Mipymes

De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.2.4.2.2 del Decreto 1082 de 2015, modificado por el Decreto 1860 de 2021, y en concordancia con las disposiciones orientadas a promover la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas en el sistema de compra pública, la Entidad evaluará la procedencia de limitar el presente proceso de selección a Mipymes colombianas, siempre que se cumplan las condiciones previstas en la normativa vigente.

El objeto del presente proceso corresponde a la prestación de los servicios de planeación operativa, administración, ejecución y optimización de pauta digital para la difusión de contenidos institucionales del SISBÉN Cali, actividad que hace parte del sector de la publicidad, el marketing digital y los servicios de comunicación estratégica. En este mercado existe una amplia participación de micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a la prestación de servicios de publicidad, agencias de marketing digital, centrales de medios, agencias de comunicación y empresas especializadas en la administración de campañas publicitarias en plataformas digitales, las cuales cuentan

con la capacidad técnica, operativa y tecnológica para atender los requerimientos de la Entidad.

Teniendo en cuenta la naturaleza del objeto contractual, se evidencia que el mercado cuenta con una pluralidad de proveedores en capacidad de prestar el servicio de pauta digital bajo condiciones de calidad, oportunidad, capacidad técnica y cumplimiento de las especificaciones definidas por la Entidad. Así mismo, al tratarse de un servicio especializado de planeación, administración, ejecución, seguimiento y optimización de campañas publicitarias en medios digitales, la participación de micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) resulta viable, siempre que estas acrediten la experiencia, capacidad operativa, el talento humano y las condiciones técnicas necesarias para garantizar la adecuada ejecución del contrato.

Condiciones para la Limitación en Mínima Cuantía

La Entidad limitará la convocatoria exclusivamente a Mipymes colombianas siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

- Solicitud previa: Que por lo menos dos (2) Mipymes colombianas manifiesten su interés en participar y soliciten la limitación dentro del término previsto en el cronograma del proceso.
- Acreditación de la condición de Mipyme: Los interesados deberán acreditar su condición mediante certificación suscrita por el representante legal y el contador público o revisor fiscal, según corresponda, en la que conste el cumplimiento de los criterios establecidos en el Decreto 957 de 2019.
- Certificado de Existencia: El registro de la cámara de comercio debe tener una antigüedad mínima de un (1) año.

En caso de que dentro del término establecido no se reciban al menos dos (2) solicitudes válidas de limitación por parte de Mipymes que acrediten dicha condición, el proceso se adelantará de manera abierta, permitiendo la participación de todos los oferentes que cumplan con los requisitos técnicos, jurídicos, financieros y de experiencia establecidos por la Entidad.

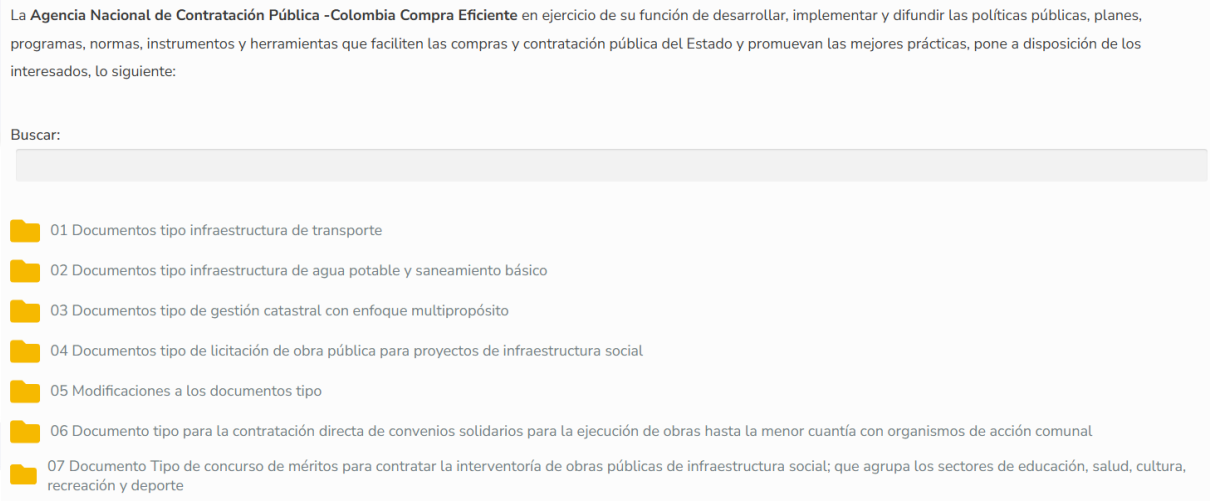
5.7. Documentos Tipo

La Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente - en ejercicio de su función de desarrollar, implementar y difundir las políticas públicas, planes, programas, normas, instrumentos y herramientas que faciliten las compras y contratación

pública del Estado y promuevan las mejores prácticas, pone a disposición de los interesados diversos documentos tipo, los cuales se revisaron y no tienen aplicación el actual proceso de contratación.

En cumplimiento de la Ley 2022 de 2020 y los decretos reglamentarios compilados en el Decreto 1082 de 2015, la Entidad ha verificado la existencia de documentos estándar aplicables al presente objeto contractual.

Se consultan los documentos tipo en el siguiente link:
https://www.colombiacompra.gov.co/normativa-y-relatoria/documentos-tipo



No se evidencian documentos tipo aplicables al presente proceso.

5.8. Instrumentos de Agregación de Demanda (Análisis de acuerdos marco de precios)

De acuerdo con el mandato del Decreto 1082 de 2015, las entidades estatales deben consultar la existencia de Acuerdos Marco de Precios (AMP) antes de proceder con un proceso de contratación independiente, con el fin de aprovechar las economías de escala y la estandarización de procesos.

Consulta en la Tienda Virtual del Estado Colombiano

A la fecha de estructuración de este proceso (Julio de 2026), se realizó la consulta en la plataforma de la Agencia Nacional de Contratación Pública (Colombia Compra Eficiente) para identificar instrumentos de agregación de demanda relacionados con la presente contratación.

Desde la Institución Universitaria Antonio José Camacho - UNIAJC, antes de adquirir bienes y/o servicios de características uniformes, se verificó la existencia de Acuerdo Marco de Precios para lo requerido en el proceso.

Se consultó la Tienda Virtual del Estado Colombiano https://operaciones.colombiacompra.gov.co/tienda-virtual-del-estado-colombiano/acuerdos-marco y se constató que no existe ningún acuerdo marco vigente relacionado con el objeto a contratar.

5.9. Licencias ambientales, permisos de construcción, sellos ambientales, normas o certificaciones de calidad, como por ejemplo ISO, ICONTEC.

Para la ejecución del objeto contractual consistente en PRESTAR LOS SERVICIOS DE PLANEACIÓN OPERATIVA, ADMINISTRACIÓN, EJECUCIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE PAUTA DIGITAL PARA LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS INSTITUCIONALES DEL SISBÉN CALI, ORIENTADOS A PROMOVER LA SOLICITUD DE ENCUESTA, AMPLIAR EL ALCANCE DE LA INFORMACIÓN DIRIGIDA A LA CIUDADANÍA Y CONTRIBUIR AL CUMPLIMIENTO DE LAS METAS ESTABLECIDAS EN EL MARCO DEL CONVENIO INTERADMINISTRATIVO No. 4132.010.27.1.859-2025 SUSCRITO ENTRE LA UNIAJC Y EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN DEL DISTRITO ESPECIAL DE SANTIAGO DE CALI, no se requiere la obtención de licencias ambientales, permisos de construcción ni autorizaciones ambientales especiales, toda vez que el proceso no implica la ejecución de obras civiles, el aprovechamiento directo de recursos naturales, la fabricación de bienes ni el desarrollo de actividades que generen impactos ambientales que exijan licenciamiento conforme a la normativa vigente.

No obstante, la prestación del servicio deberá desarrollarse bajo criterios de eficiencia, responsabilidad y sostenibilidad en el uso de los recursos tecnológicos y administrativos, promoviendo la reducción del consumo de papel mediante la gestión digital de la información, el uso de medios electrónicos para las comunicaciones derivadas del contrato y la adecuada disposición de los residuos electrónicos que eventualmente se generen en el desarrollo de la actividad, de conformidad con la normatividad ambiental aplicable.

En materia ambiental, el contratista deberá observar las disposiciones generales contenidas en el Decreto 1076 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible, en aquello que resulte aplicable a la prestación del

servicio, así como las demás normas relacionadas con la gestión ambiental, el uso eficiente de los recursos y la correcta disposición de residuos cuando estas sean pertinentes.

En cuanto a los estándares de calidad, el mercado de la publicidad y el marketing digital cuenta con proveedores que pueden operar bajo sistemas de gestión certificados, tales como ISO 9001, relacionada con los sistemas de gestión de la calidad, e ISO 27001, referente a los sistemas de gestión de la seguridad de la información, certificaciones que evidencian buenas prácticas en la administración de procesos, la protección de la información y la mejora continua. No obstante, dichas certificaciones no constituyen un requisito habilitante obligatorio, salvo que la Entidad así lo determine en los documentos del proceso, en observancia de los principios de selección objetiva y pluralidad de oferentes.

Así mismo, el contratista deberá garantizar que la planeación, administración, ejecución y optimización de las campañas de pauta digital se desarrollen conforme a las especificaciones técnicas definidas por la Entidad, utilizando herramientas y plataformas digitales que permitan la adecuada segmentación de audiencias, la optimización permanente de las campañas, el seguimiento de indicadores de desempeño, la generación de reportes y la medición de resultados, con el fin de maximizar el alcance de los contenidos institucionales y contribuir al cumplimiento de los objetivos del contrato.

En consecuencia, aunque el presente proceso no requiere licencias ambientales ni permisos especiales para su ejecución, la prestación del servicio deberá desarrollarse bajo criterios de calidad, eficiencia, transparencia, seguridad de la información y uso responsable de los recursos tecnológicos, garantizando el cumplimiento de las condiciones técnicas establecidas por la Entidad y la efectiva difusión de los contenidos institucionales del SISBÉN Cali.

6. Comportamiento del Gasto Histórico

La información del comportamiento del gasto permite a la institución, recopilar información histórica sobre cómo se ha contratado, conocer las experiencias y recopilar información sobre las buenas prácticas que implementa tanto la Universidad, como otras entidades estatales, entidades internacionales u organizaciones del sector privado para su contratación.

La siguiente información orienta la verificación de la necesidad, así como la determinación de requisitos habilitantes, especificaciones, requisitos mínimos técnicos y metodologías de evaluación y adjudicación, entre otros.

6.1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?

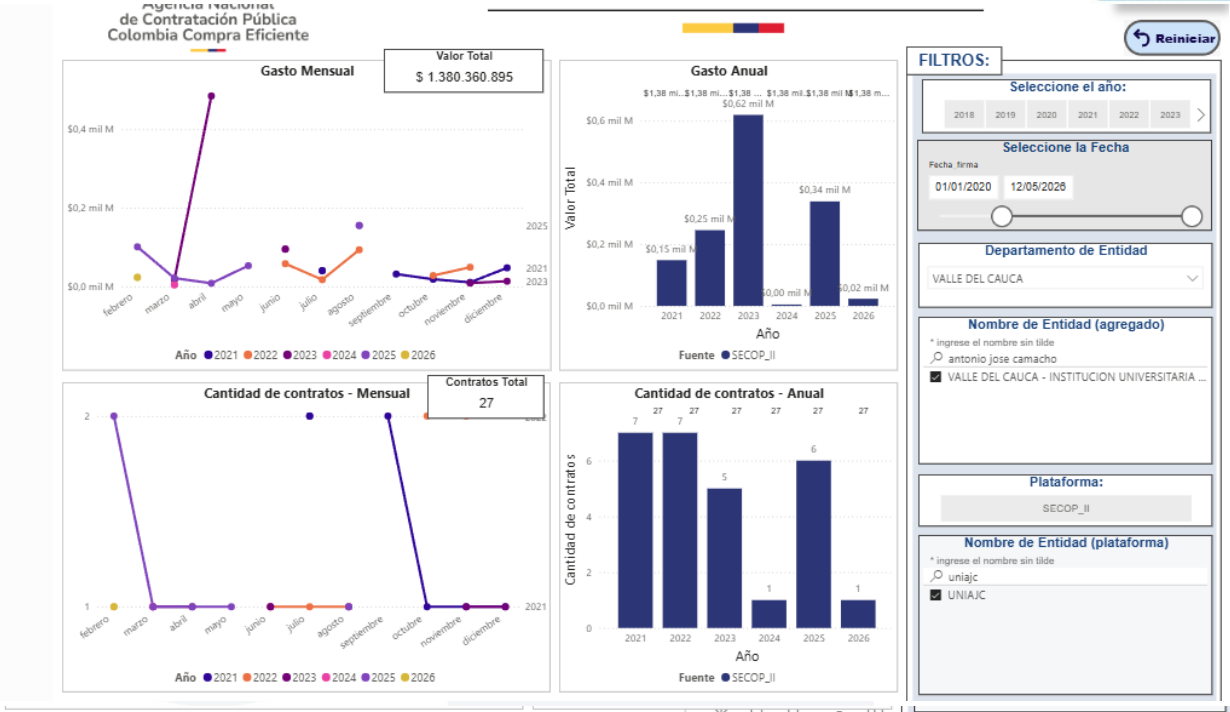
La Entidad ha adelantado procesos previos relacionados con el objeto contractual, dentro de los cuales se identificó el siguiente proceso:

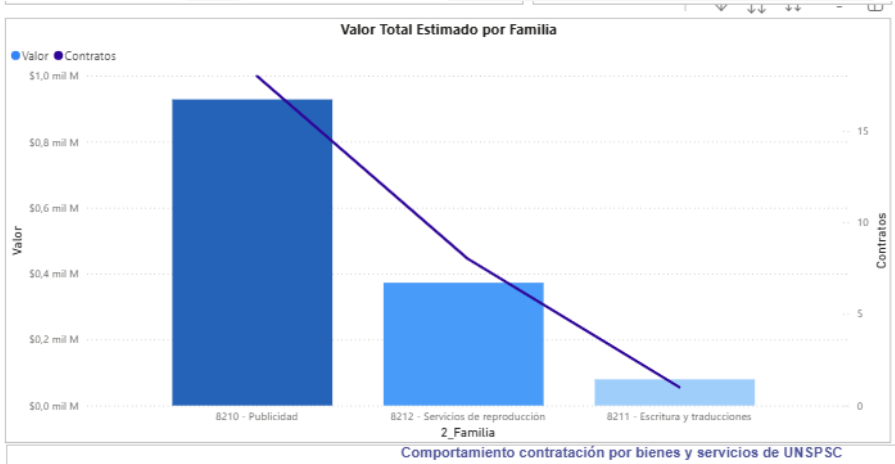
Entidad	Número de proceso	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor	Año	Link del proceso
UNIAJC	DJC-MC-08.04-038.2025	SUMINISTRO Y PRODUCCIÓN DE IMPRESOS Y PUBLICACIONES PARA LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS DE COMUNICACION Y DIFUSION DE LA INFORMACIÓN DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN OFICINA SISBEN CALI	$25.460.800	Mínima cuantía	RAMIRO BAUTISTA CACERES	2025	Contrato 1

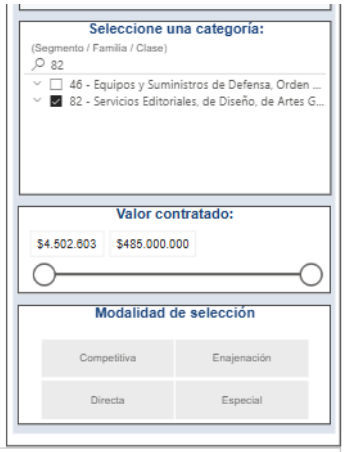
6.2. Modelo de abastecimiento estratégico de la Entidad

En el presente apartado se presenta el análisis efectuado a partir del Modelo de Abastecimiento Estratégico con los filtros empleados correspondiente a los códigos UNSPSC de tercer nivel identificados para el proceso 82101600 - Publicidad difundida, 82101800 - Servicios de agencia de publicidad, 82111800 - Servicios editoriales y de soporte, 82111900 - Servicios de noticias y publicidad, 83121700 - Servicios de comunicación masiva, con los cuales se evidencian los siguientes resultados: los cuales corresponden a la prestación de servicios de planeación, administración, ejecución y optimización de campañas de pauta digital. Adicionalmente, se aplicó el filtro correspondiente a la Institución Universitaria Antonio José Camacho – UNIAJC, con el fin de identificar los antecedentes contractuales registrados por la Entidad para este tipo de servicios.

Los resultados obtenidos permiten identificar el comportamiento histórico de la contratación relacionada con servicios de publicidad y comunicación institucional, así como el número de procesos adelantados, la modalidad de contratación utilizada, los valores contratados y la participación de proveedores del sector, información que constituye un insumo para la estructuración del presente proceso y para la determinación de las condiciones del mercado.

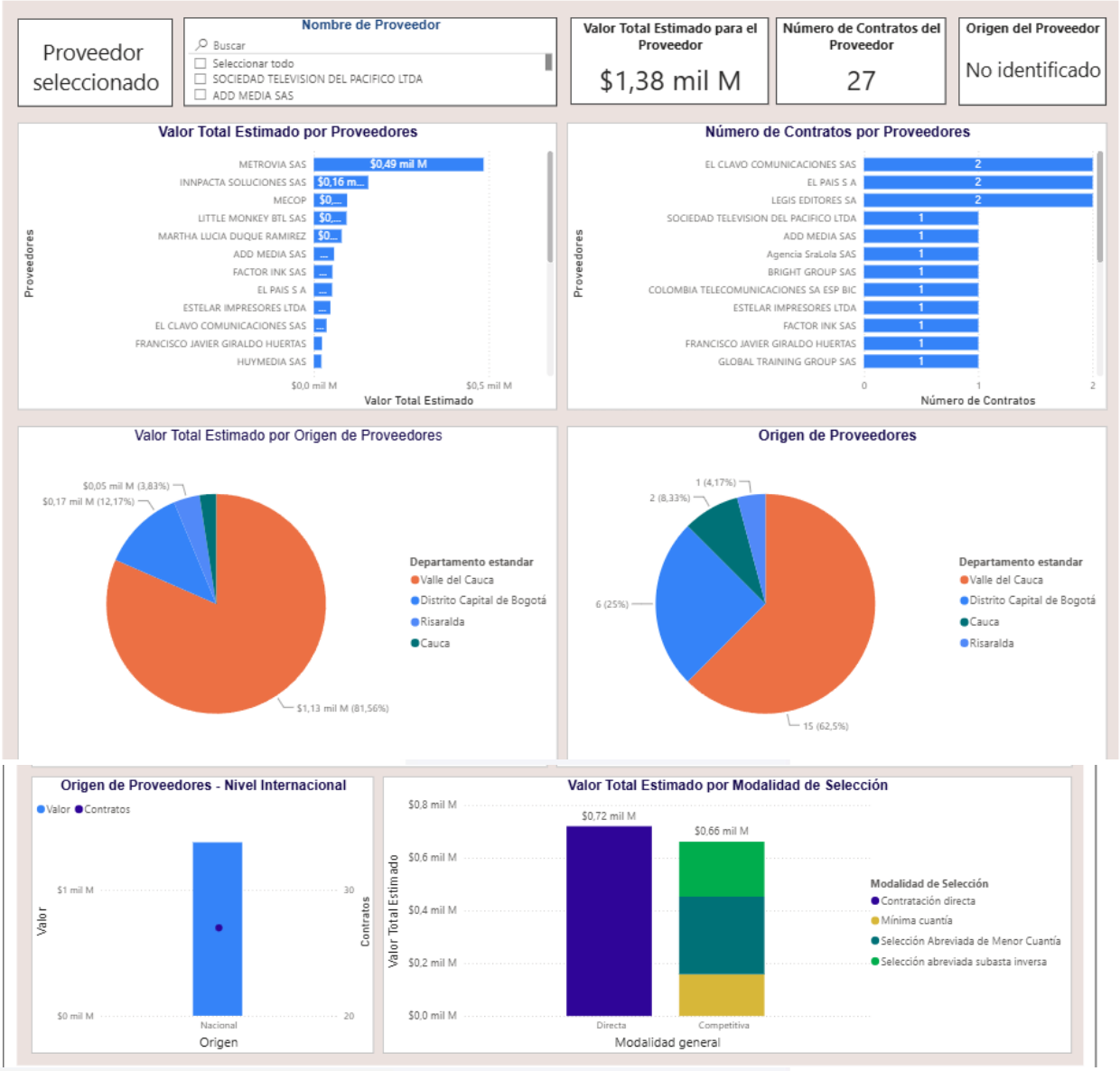






Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2021			2022			2023			2024		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participa
8210 - Publicidad	7	$148.431.872	10,75%	5	$216.882.807	15,71%	3	$515.737.800	37,36%	1	$4.502.603	0,33%
8212 - Servicios de reproducción				2	$28.815.280	2,09%	2	$103.835.385	7,52%			
8211 - Escritura y traducciones												
Total	**7**	**$148.431.872**	**10,75%**	**7**	**$245.698.087**	**17,80%**	**5**	**$619.573.185**	**44,88%**	**1**	**$4.502.603**	**0,33%**



6.3. Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales

La información del comportamiento del gasto permite a la institución, recopilar información histórica sobre cómo se ha contratado, conocer las experiencias y recopilar información sobre las buenas prácticas que implementan otras entidades estatales, entidades internacionales u organizaciones del sector privado para su contratación.

La siguiente información orienta la verificación de la necesidad, así como la determinación de requisitos habilitantes, especificaciones, requisitos mínimos técnicos y metodologías de evaluación y adjudicación, entre otros.

Entidad	Número de proceso	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor
ALCALDIA DE GUAMAL - META	MC- SAF-027-2026	PRESTACION DE SERVICIOS DE DIFUSION PUBLICITARIA PARA EL DESARROLLO DE LAS ESTRATEGIAS DE CULTURA TRIBUTARIA DEL MUNICIPIO DE GUAMAL, META	$10.686.200 COP	Mínima Cuantía	JUAN ESTEBAN SIERRA BERNAL
INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTE RECREACION CULTURA Y TURISMO	IM_MC_007_2026	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN, TRANSMISIÓN Y DIFUSIÓN DE CUATRO (4) PROGRAMAS AUDIOVISUALES EN REDES SOCIALES DIGITALES, DESDE DISTINTAS SEDES DE L A PRIMERA FASE DEL MUNDIAL D E FÚTBOL 2026, ORIENTADOS A L A PROMOCIÓN TURISTICA, CULTURAL E INSTITUCIONAL DEL MUNICIPIO DE PUERTO LÓPEZ - META"	$46.140.000 COP	Mínima Cuantía	BREYDY STEVEN LIEVANO BARBOSA
DEPARTAMENTO DE CORDOBA	SH-MIC-002-2026	CONTRATO DE PUBLICIDAD PARA REALIZAR CAMPAÑA DE SENSIBILIZACION, ADQUISICION DE DIVERSAS PIEZAS PUBLICITARIAS PARA EL GRUPO ANTICONTRABANDO DEL DEPARTAMENTO DE CORDOBA	$105.220.880	Mínima Cuantía	ALBERTO AMANCI ARRIETA BENAVIDES

6.4. Modelo de abastecimiento estratégico otras entidades

En este apartado se incluye el análisis realizado para otras entidades a partir del Modelo de Abastecimiento Estratégico con los filtros empleados correspondiente a los códigos UNSPSC de tercer nivel identificados para el proceso 82101600 - Publicidad difundida, 82101800 - Servicios de agencia de publicidad, 82111900 - Servicios de noticias y publicidad, 83121700 - Servicios de comunicación masiva, con los cuales se evidencian los siguientes resultados:

Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente

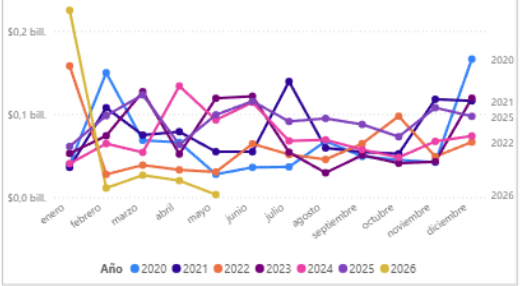
ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Atrás

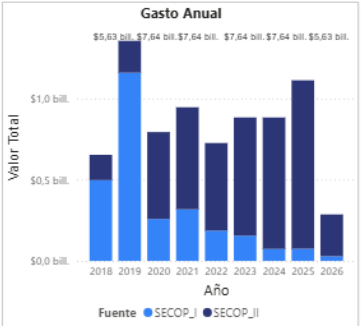
Reiniciar

Gasto Mensual

Valor Total
$ 5.629.815.859.624

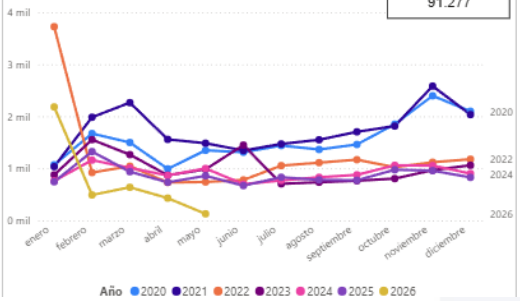


Gasto Anual

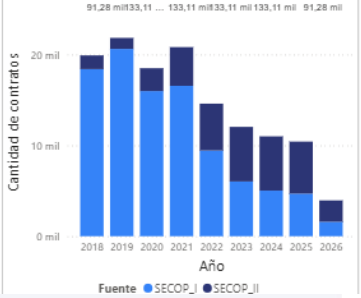


Cantidad de contratos - Mensual

Contratos Total
91.277



Cantidad de contratos - Anual



FILTROS:

Seleccione el año:
2018 2019 2020 2021 2022 2023

Seleccione la Fecha
Fecha_firma
01/01/2020 12/05/2026

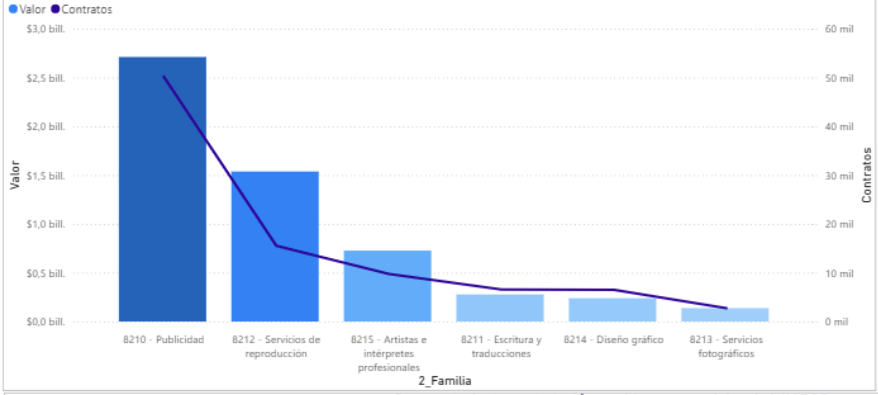
Departamento de Entidad
VALLE DEL CAUCA

Nombre de Entidad (agregado)
* ingrese el nombre sin tilde
antonio jose camacho
VALLE DEL CAUCA - INSTITUCION UNIVERSITARIA ...

Plataforma:
SECOP_I SECOP_II

Nombre de Entidad (plataforma)
* ingrese el nombre sin tilde
uniajc
UNIAJC

Valor Total Estimado por Familia



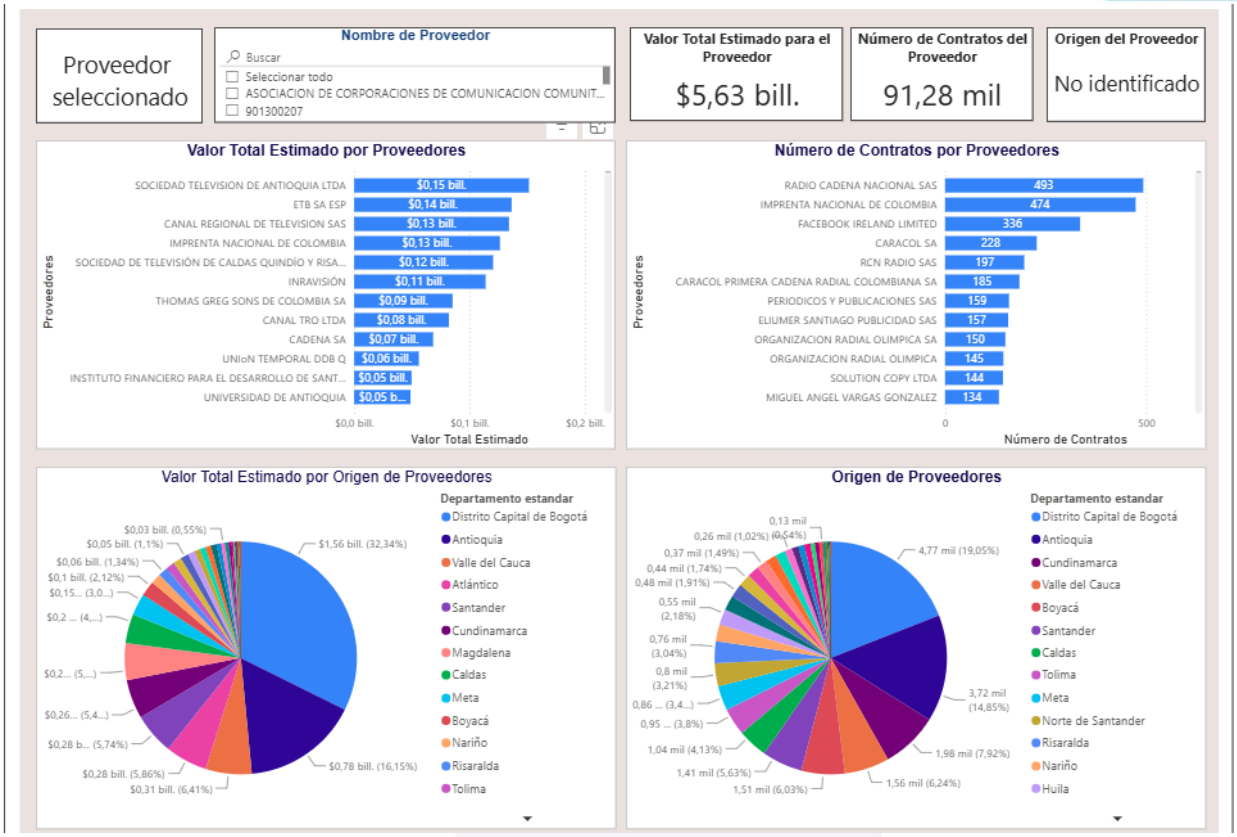
Seleccione una categoría:
(Segmento / Familia / Clase)
82
31 - Componentes y Suministros de Manufactu...
40 - Componentes y Equipos para Distribución
42 - Equipo Médico, Accesorios y Suministros
46 - Equipos y Suministros de Defensa, Orden ...
50 - Alimentos, Bebidas y Tabaco
51 - Medicamentos y Productos Farmacéuticos
82 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes G...

Valor contratado:
$0 $300.000.000.000

Modalidad de selección
Competitiva Enajenación
Directa Especial

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2020			2021			2022				
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	
8210 - Publicidad	9316	$256.280.026.826	4,55%	10871	$522.207.636.654	9,28%	8186	$322.519.819.545	5,73%	7090	$487
8212 - Servicios de reproducción	4728	$414.603.270.057	7,36%	4445	$254.188.407.238	4,52%	2333	$216.856.690.802	3,85%	1268	$178
8215 - Artistas e intérpretes profesionales	1602	$53.841.215.918	0,96%	2007	$64.817.274.319	1,15%	1567	$84.230.838.257	1,50%	1483	$93
8211 - Escritura y traducciones	1044	$27.877.738.175	0,50%	1464	$41.537.405.386	0,74%	1107	$46.671.612.397	0,83%	995	$65
8214 - Diseño gráfico	1314	$27.618.573.293	0,49%	1516	$46.835.262.790	0,83%	991	$35.926.566.722	0,64%	818	$31
8213 - Servicios fotográficos	503	$13.189.775.471	0,23%	527	$16.479.233.351	0,29%	416	$19.872.470.997	0,35%	389	$27
Total	18507	$793.410.599.740	14,09%	20830	$946.065.219.738	16,80%	14600	$726.077.998.720	12,90%	12043	$883



6.5. Análisis de los procesos identificados

El objetivo de este punto es, después de realizar la identificación tanto de los procesos de la entidad como de otras entidades, determinar si contienen información relevante que pueda relacionarse entre sí.

- Plazo en los procesos analizados:

PROCESO	PLAZO (MESES)	PROMEDIO
MC- SAF-027-2026	2 MESES	

IM_MC_007_2026	1 MES	1.5 MESES
SH-MIC-002-2026	1 MES	

Teniendo en cuenta la información obtenida de la muestra, los plazos establecidos en los procesos consultados varían entre 1 y 2 meses, con un promedio de 1.5 meses. No obstante, el plazo de los procesos depende de la necesidad y complejidad de los bienes o servicios requeridos y de los recursos disponibles de la entidad contratante.

Para el presente proceso, el plazo de ejecución del contrato que se suscriba será hasta por dos (2) meses. Se contará a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución conforme al artículo 41 de la Ley 80 de 1993 y artículo 23 de la Ley 1150 de 2007 y suscripción del acta de inicio.

- Forma de pago

PROCESO	FORMA DE PAGO
MC- SAF-027-2026	Para la presente contratación el MUNICIPIO pactará una forma de pago, mediante pagos parciales de acuerdo a las actividades realizadas. La forma de pago expuesta en el presente estudio se considera la más adecuada, teniendo en cuenta factores de tiempo y presupuesto, único pago realizado luego del cumplimiento del objeto y las obligaciones por parte del contratista es coherente y se tomara como forma de pago definitiva para este proceso.
IM_MC_007_2026	El INSTITUTO se compromete a pagar al contratista el valor del contrato resultante del presente proceso de la siguiente manera: El INSTITUTO cancelará al contratista el valor del contrato en un pago total a la liquidación del contrato, previos los trámites administrativos reglamentarios; Comprobantes de pago en donde se demuestre el cumplimiento por parte del Contratista de sus obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral y parafiscales (Cajas de Compensación Familiar, Sena e ICBF), presentación de la factura de venta o documento equivalente, informe de actividades final por parte del contratista y certificación del suministro a entera satisfacción expedida por quien ejerza la supervisión del Contrato y acta de liquidación documentos que serán entregados para el trámite de la respectiva cuenta. El Contratista deberá presentar para el trámite de su cuenta además de los documentos relacionados la factura en original y copia, la cual debe cumplir, como mínimo, los requisitos de las normas fiscales establecidas en el articulo 617 del Estatuto Tributario. La fecha de la factura debe corresponder al mes de su elaboración, y en ella constará el número del contrato, el concepto del bien o servicio que se está cobrando. En caso de no estar obligado a facturar, deberá presentar el documento que se asemeje a la factura.

SH-MIC-002-2026	El valor del contrato a suscribir se pagará de la siguiente manera: UN UNICO PAGO, correspondiente al CIEN POR CIENTO (100%) del valor del contrato, una vez entregado a almacén y recibo de satisfacción por el supervisor designado, previa presentación de la cuenta de cobro y/o factura acompañada del informe de ejecución e informe de supervisión y certificado de cumplimiento expedido por el supervisor del contrato. PARAGRAFO PRIMERO: EL CONTRATISTA deberán acreditar los pagos de los aportes al Sistema General de Seguridad Social integral y Contribuciones parafiscales, de acuerdo en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, de lo contrario no se tramitará la respectiva cuenta de factura. NOTA: EL DEPARTAMENTO no reconocerá, por consiguiente, ningún reajuste realizado por el CONTRATISTA en relación con los costos, gastos o actividades adicionales que aquel requería para la ejecución del contrato y que fueron previsibles al momento de la presentación de la propuesta.

En relación a la forma de pago se evidencia que los procesos analizados se han cancelado mediante pagos mensuales, parciales y contraprestación del servicio, para el presente proceso es la siguiente:

Un (1) primer pago parcial del 30% después de realizar la reunión inicial de concertación con el área encargada de las comunicaciones del Sisbén Cali y realizar la entrega del plan de medios digitales y el 70% restante después de recibir a satisfacción el objeto contractual al 100% (incluyendo ajustes y cambios), previa certificación del Supervisor del Contrato.

La UNIAJC, realizará (el) o (los) pago (s), con un tiempo no mayor a 60 días calendario de la fecha de la recepción factura y/o cuenta de cobro con todos sus soportes, previa certificación de la documentación y la prestación del servicio a entera satisfacción por parte del Supervisor del Contrato, según disponibilidad del PAC.

- Experiencia exigida en los procesos analizados:

PROCESO	EXPERIENCIA
MC- SAF-027-2026	Se verificará máximo en UN (1) contrato por proponente, cuyo objeto haya sido o consistido en SERVICIO DE PUBLICIDAD (no se aceptarán subcontratos o figuras similares), el cual deberá estar (terminado y liquidado) y cuyo valor expresado en SMMLV sea igual o superior a una (1) vez el presupuesto oficial expresado en SMMLV de la presente vigencia. Dicha experiencia se deberá acreditar con la respectiva copia del contrato y copia del acta de liquidación o certificación expedida por el contratante, la cual deberá estar debidamente suscrita por el contratante y contratista, en el evento de que en alguno o algunos de los contratos no se acredite con los soportes antes solicitados estos contratos no se tendrán en cuenta para la habilitación. Un Consorcio o una Unión Temporal constituyen UN PROPONENTE.
IM_MC_007_2026	REQUISITOS HABILITANTES DE EXPERIENCIA PARA NO MIPYME El proponente deberá acreditar experiencia con MÁXIMO UN (01) contrato

	celebrado con Entidades Públicas o Privadas, cuyo objeto y o alcance corresponda a PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCION DE PLAN DE MEDIOS, cuyo valor en SMMLV sea equivalente o superior al 100% del presupuesto oficial. El proponente persona natural o jurídica debe acreditar estar matriculadas o constituidas según corresponda, con mínimo UN (1) AÑO de antelación a la fecha de la presente invitación pública. 1.1.1. REQUISITOS HABILITANTES DE EXPERIENCIA CONFORME LOS CRITERIOS DIFERENCIALES PARA MIPYMES EN EL SISTEMA DE COMPRAS PÚBLICAS DE CONFORMIDAD AL DECRETO 1860 DE 2021. El proponente deberá acreditar su experiencia con MÁXIMO dos (2) contratos, celebrado con entidad pública y/o privada, que se encuentre terminado y liquidado; en donde se evidencie que el objeto o alcance este orientado al "PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCION DE PLAN DE MEDIOS."; cuya cuantía sea superior o igual al 100% del presupuesto oficial expresado en SMMLV. El proponente persona natural o jurídica debe acreditar estar matriculadas o constituidas según corresponda, con minimo UN (1) ANO de antelación a la fecha de la presente invitación pública.
SH-MIC-002-2026	La Entidad Estatal exigirá el requisito habilitante de experiencia en todos los Procesos de Contratación Los Proponentes deben acreditar su experiencia a través de: (i) la presentación del FORMATO 3 - EXPERIENCIA y (ii) copia de alguno de los documentos válidos para la acreditación de la experiencia requerida señalados en el numeral 5.2.4. Los Proponentes podrán acreditar experiencia proveniente de contratos celebrados con particulares o Entidades Estatales. Por regla general, el proponente solo puede acreditar la experiencia que ha obtenido y no la experiencia de su matriz, subsidiarias o integrantes del mismo grupo empresarial. Cuando de acuerdo con el estudio de sector es necesario que el proponente acredite la experiencia de su matriz como en los casos de contratos de franquicia, la Entidad Estatal debe justificar dicha circunstancia en los estudios y documentos previos e indicar en la invitación la forma de acreditar la experiencia.

En relación con la muestra analizada y las características del presente proceso, se recomienda que se exija la acreditación de la experiencia del proveedor con al menos 2 certificaciones de contratos ejecutados bajo los códigos UNSPSC identificados para el presente proceso.

- Garantías exigidas en procesos similares:

PROCESO	GARANTÍAS
MC- SAF-027-2026	A pesar de que el artículo 2.2.1.2.1.5.5. del Decreto 1082 de 2015, modificado por el artículo 2 del Decreto 1860 de 2021 establece la libertad de exigir o no garantías en procesos mínima cuantía, el Municipio considera pertinente de acuerdo a naturaleza y tipología contractual, establecer la obligación donde el contratista deberá constituir a favor del Municipio de Guamal - Meta, una póliza que cumpla con lo establecido en la subsección 1 de la sección 3 del Decreto 1082 de 2015 que ampare los siguientes riesgos:

	a) Cumplimiento del contrato: Su cuantía será equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, con vigencia igual a la del plazo del contrato y cuatro (4) meses más. b) Calidad del Servicio Prestado: Su cuantía será equivalente al diez por ciento (10%) del valor del contrato, por un término igual al plazo del contrato y cuatro (4) meses más. c) Calidad de los Bienes: su cuantía será equivalente al diez por ciento (10%) del valor del contrato, por un término igual al plazo del contrato y cuatro (04) meses más.
IM_MC_007_2026	Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones derivadas del futuro contrato, el contratista seleccionado deberá constituir una póliza de seguro o caución bancaria a favor del Instituto Municipal de Deporte, Recreación, Cultura y Turismo del municipio de Puerto López, expedida por una compañía aseguradora o entidad bancaria legalmente constituida para funcionar el territorio nacional, con los siguientes amparos: CUMPLIMIENTO: De las obligaciones surgidas del contrato estatal incluyendo en ellas el pago de multas y cláusula penal pecuniaria, cuando se hayan pactado en el contrato. El amparo de cumplimiento del contrato cubrirá a la entidad estatal contratante de los perjuicios directos derivados del incumplimiento total o parcial de las obligaciones nacidas del contrato, así como de su cumplimiento tardío o de su cumplimiento defectuoso, cuando ellos son imputables al contratista garantizado. Además de esos riesgos, este amparo comprenderá siempre el pago del valor de las multas y de la cláusula penal pecuniaria que se hayan pactado en el contrato garantizado. Para lo cual el contratista deberá prestar póliza expedida por una compañía aseguradora en un porcentaje equivalente al 10% del valor del contrato, la cual tendrá una vigencia igual a la duraron del contrato y cuatro (4) meses más, correspondientes al término legal de su liquidación. SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMINZACIONES LABORALES. Este amparo debe cubrir a la Entidad Estatal de los perjuicios ocasionados por el incumplimiento de las obligaciones laborales del contratista derivadas de la contratación del personal utilizado en el territorio nacional para la ejecución del contrato amparado. Para lo cual el contratista deberá prestar póliza expedida por una compañía aseguradora por una cuantía equivalente al 10% del valor del contrato y con una vigencia igual al plazo de ejecución y tres (3) años más. CALIDAD DEL SERVICIO: Por una cuantía equivalente al 10% del valor del contrato y con una vigencia igual al plazo de ejecución y cuatro (4) meses más. RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL: Por una cuantía de 200 smmlv y una vigencia igual al plazo de ejecución del contrato.
SH-MIC-002-2026	La oferta deberá acompañarse de una garantía, con el fin de asegurar la firma y el perfeccionamiento del contrato por parte del proponente favorecido con la adjudicación, de conformidad con lo establecido en el numeral 19 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993, subrogado por la Ley 1150 de 2007, art. 7° y Decreto 1082 de 2015, la cual contendrá: 14.1 GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA. La oferta deberá

	acompañarse de una garantía de seriedad, con el fin de asegurar la firma y perfeccionamiento del contrato por parte del proponente favorecido con la adjudicación, de conformidad con lo establecido en el Decreto 1082 de 2015.

En consecuencia, con la muestra analizada y la naturaleza del objeto contractual, se sugiere la exigencia de los siguientes amparos:

De cumplimiento: equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución y tres (2) meses más.

Calidad del servicio o de los bienes suministrados: equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución y tres (3) meses más.

- Presupuesto estimado:

PROCESO	PRESUPUESTO	PROMEDIO
MC- SAF-027-2026	$10.686.200	$ 54.015.693
IM_MC_007_2026	$46.140.000	
SH-MIC-002-2026	$105.220.880	

El valor promedio de los procesos analizados es de $54.015.693, es preciso aclarar que el valor depende del alcance del objeto de cada uno de estos procesos, sus actividades, plazo y la complejidad.

- Códigos UNSPSC identificados en la muestra analizada:

Código	Descripción
82101500	Publicidad impresa
82101600	Publicidad difundida
82101800	Servicios de agencia de publicidad
82111800	Servicios editoriales y de soporte
82111900	Servicios de noticias y publicidad
83121700	Servicios de comunicación masiva

En relación a los códigos empleados en los procesos de la muestra seleccionada y en concordancia con el objeto del presente proceso, se sugieren emplear los siguientes códigos:

Código	Descripción
82101500	Publicidad impresa

82101600	Publicidad difundida
82101800	Servicios de agencia de publicidad
82111800	Servicios editoriales y de soporte
82111900	Servicios de noticias y publicidad
83121700	Servicios de comunicación masiva

7. Análisis de la Oferta

A continuación, la Institución Universitaria Antonio José Camacho presenta la información proveniente de la oferta del mercado de personas naturales y jurídicas que ofrecen el servicio objeto de contratación.

7.1. Empresas que proveen el bien o servicio del objeto del proceso de contratación

Con base en la clasificación económica identificada para el presente proceso, correspondiente al código CIIU 7310 – Publicidad, se realizó una consulta con el fin de identificar potenciales oferentes que desarrollan actividades relacionadas con el objeto contractual. Como resultado de dicha verificación se presenta a continuación una muestra representativa de empresas registradas bajo este código, las cuales, de acuerdo con su actividad económica, podrían contar con capacidad para participar en el proceso de contratación.

La relación presentada tiene carácter sólo enunciativo y no restrictivo, su inclusión no limita la participación de otras personas jurídicas legalmente constituidas que acrediten dentro del proceso las condiciones técnicas, jurídicas y financieras requeridas para la adecuada ejecución del contrato.

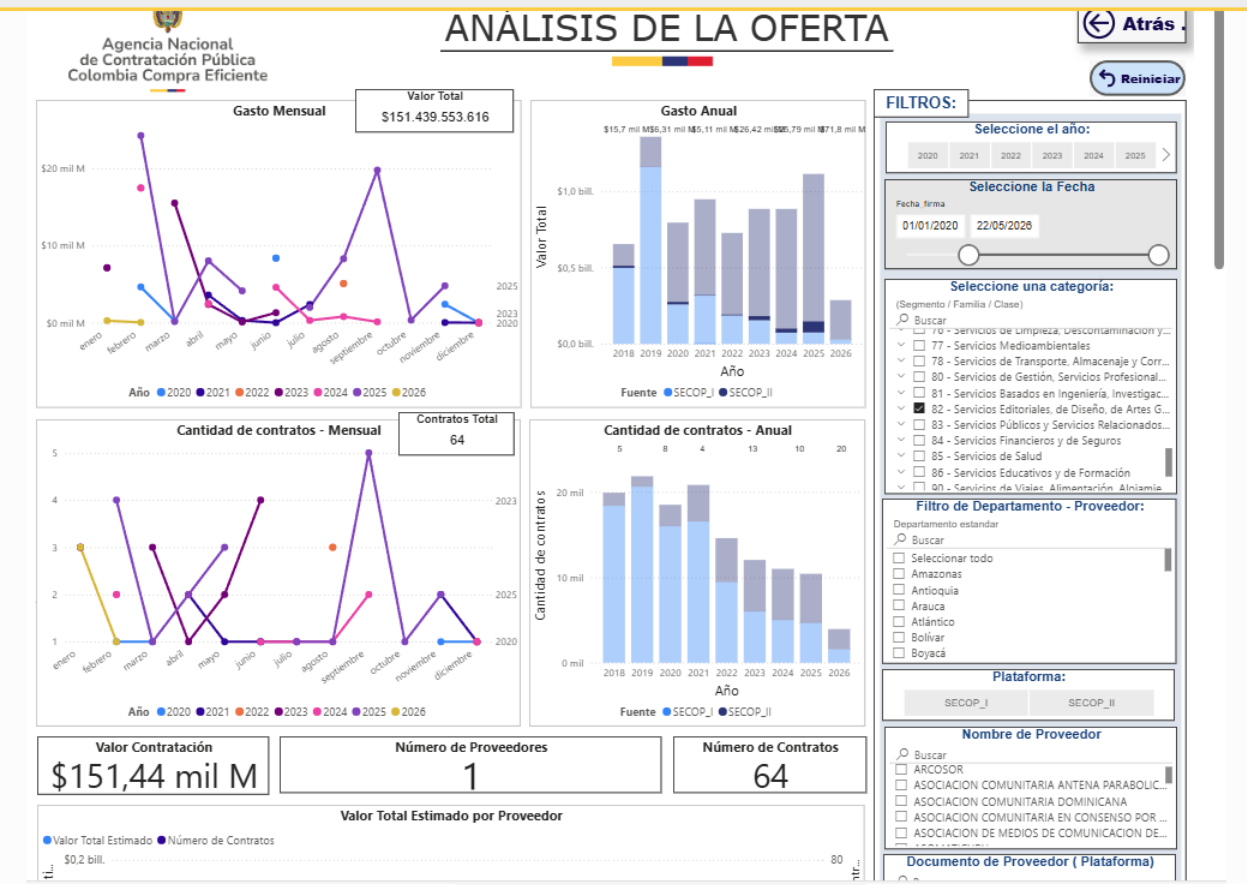
A continuación, se enuncian las plenas o grandes empresas bajo el código CIIU identificado para el presente proceso:

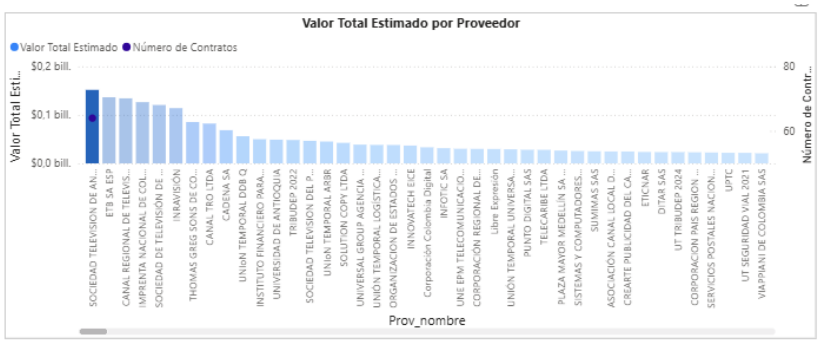
Nit	Razón social de la sociedad	Departamento de domicilio	Código CIIU
901358325	MACRO SUMINISTROS S.A.S.	CORDOBA	7310
901253602	JCP SUMINISTROS Y DOTACIONES SAS	BOLIVAR	7310

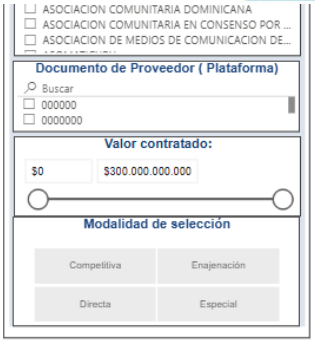
78320049	LES IMPRESOS	CORDOBA	7310
1007152055	JHONIS RICARDO CORDERO CORDERO	MAGDALENA	7310
78693179	ALBERTO AMANCI ARRIETA BENAVIDES	CORDOBA	7310

7.2. Análisis de la oferta Modelo de Abastecimiento Estratégico

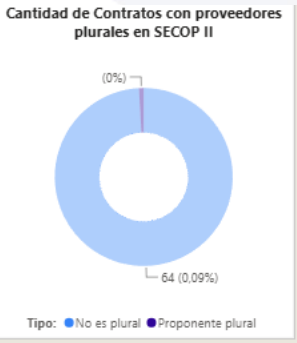
En este apartado haciendo uso del MAE, en relación con el análisis de la oferta con los códigos UNSPSC de tercer nivel identificados para el proceso Publicidad difundida, 82101800 - Servicios de agencia de publicidad, 82111800 - Servicios editoriales y de soporte, 82111900 - Servicios de noticias y publicidad, 83121700 - Servicios de comunicación masiva, con los cuales se pueden evidenciar los siguientes resultados:

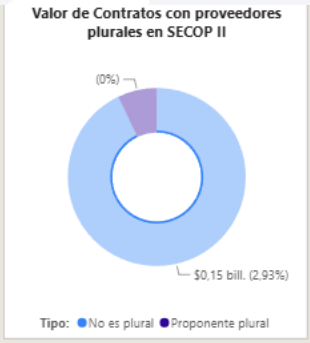


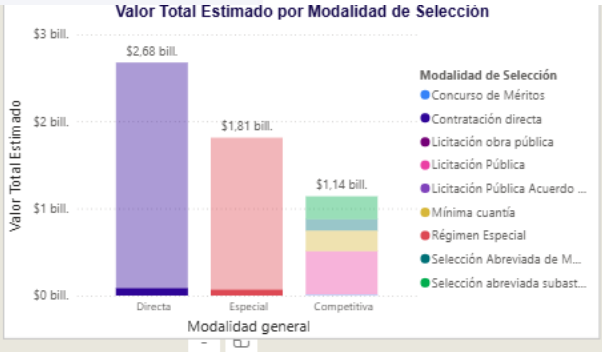

Valor Total Estimado por Proveedor
Valor Total Estimado
Número de Contratos
Valor Total Esti...
$0,2 bill.
$0,1 bill.
$0,0 bill.
80
60
Número de Contr...
SOCIEDAD TELEVISION DE AN...
ETB SA ESP
CANAL REGIONAL DE TELEVIS...
IMPRENTA NACIONAL DE COL...
SOCIEDAD DE TELEVISION DE ...
INRAVISION
THOMAS GREG SONS DE CO...
CANAL TRO LTDA
CADENA SA
UNIoN TEMPORAL DDB Q
INSTITUTO FINANCIERO PARA...
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
TRIBUDEP 2022
SOCIEDAD TELEVISION DEL P...
UNIoN TEMPORAL ARBR
SOLUTION COPY LTDA
UNIVERSAL GROUP AGENCIA ...
UNIÓN TEMPORAL LOGÍSTICA...
ORGANIZACION DE ESTADOS ...
INNOVATECH EICE
Corporación Colombia Digital
INFOTIC SA
UNE EPM TELECOMUNICACIO...
CORPORACIÓN REGIONAL DE...
Libre Expresión
UNIÓN TEMPORAL UNIVERSA...
PUNTO DIGITAL SAS
TELECARIBE LTDA
PLAZA MAYOR MEDELLIN SA ...
SISTEMAS Y COMPUTADORES ...
SUMINAS SAS
ASOCIACIÓN CANAL LOCAL D...
CREARTE PUBLICIDAD DEL CA...
ETITCNAR
DITAR SAS
UT TRIBUDEP 2024
CORPORACION PAIS REGION ...
SERVICIOS POSTALES NACION...
UPTC
UT SEGURIDAD VIAL 2021
VIAPIANI DE COLOMBIA SAS
Prov_nombre

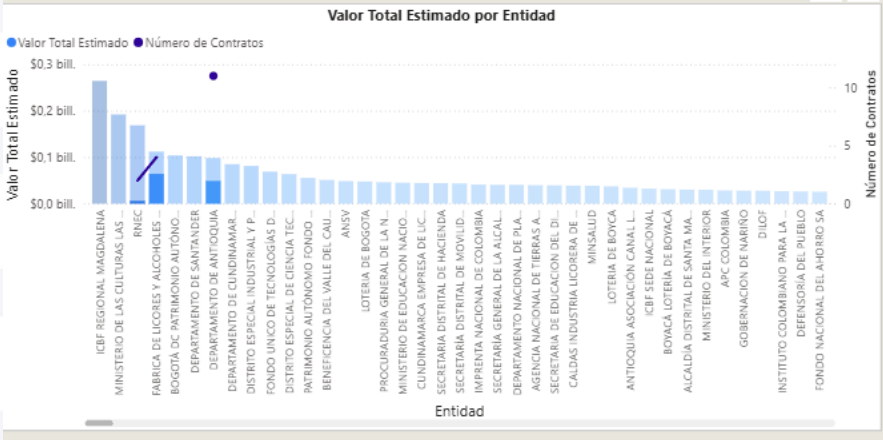

ASOCIACION COMUNITARIA DOMINICANA
ASOCIACION COMUNITARIA EN CONSENSO POR ...
ASOCIACION DE MEDIOS DE COMUNICACION DE...
Documento de Proveedor (Plataforma)
Buscar
000000
0000000
Valor contratado:
$0
$300.000.000.000
Modalidad de selección
Competitiva
Enajenación
Directa
Especial


Valor Total Estimado por Proveedor
Proveedor
TRIBUDEP 2022 $0,05 bill.
SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA $0,05 b...
UNIoN TEMPORAL ARBR $0,05 ...
SOLUTION COPY LTDA $0,04 ...
UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS $0,04...
UNIÓN TEMPORAL LOGÍSTICA Y PLANEACIÓN $0,04...
ORGANIZACION DE ESTADOS IBEROAMERICANOS OEI $0,04...
INNOVATECH EICE $0,0...
Corporación Colombia Digital $0,0...
INFOTIC SA $0...
UNE EPM TELECOMUNICACIONES SA $0...
CORPORACIÓN REGIONAL DE DESARROLLO SOL CARIBE $0...
Libre Expresión $0...
UNIÓN TEMPORAL UNIVERSAL GROUP THE BRAND 2024 $0...
$0,0 bill.
$0,1 bill.
$0,2 bill.
Valor Total Estimado
Número de Contratos por Proveedor
Proveedor
RADIO CADENA NACIONAL SAS 493
IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA 474
FACEBOOK IRELAND LIMITED 338
CARACOL SA 228
RCN RADIO SAS 197
CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA SA 185
PERIODICOS Y PUBLICACIONES SAS 159
ELIUMER SANTIAGO PUBLICIDAD SAS 157
ORGANIZACION RADIAL OLIMPICA SA 151
ORGANIZACION RADIAL OLIMPICA 145
SOLUTION COPY LTDA 144
MIGUEL ANGEL VARGAS GONZALEZ 134
JAVIER SOLANO HERNANDEZ 116
RADIO CADENA NACIONAL SA 113
0
500
Número de Contratos

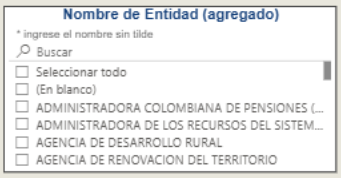

Cantidad de Contratos con proveedores plurales en SECOP II
(0%)
64 (0,09%)
Tipo: No es plural Proponente plural

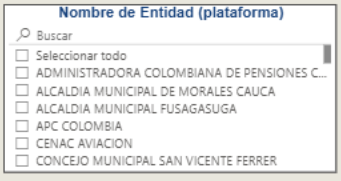

Valor de Contratos con proveedores plurales en SECOP II
(0%)
$0,15 bill. (2,93%)
Tipo: No es plural Proponente plural

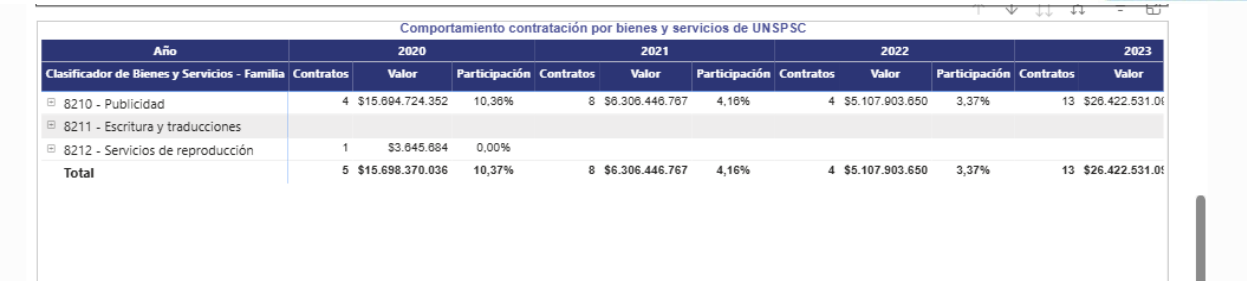

Valor Total Estimado por Modalidad de Selección
$3 bill.
$2 bill.
$1 bill.
$0 bill.
Valor Total Estimado
$2,68 bill.
$1,81 bill.
$1,14 bill.
Directa
Especial
Competitiva
Modalidad general
Modalidad de Selección
Concurso de Méritos
Contratación directa
Licitación obra pública
Licitación Pública
Licitación Pública Acuerdo ...
Mínima cuantía
Régimen Especial
Selección Abreviada de M...
Selección abreviada subast...


Valor Total Estimado por Entidad
Valor Total Estimado
Número de Contratos
$0,3 bill.
$0,2 bill.
$0,1 bill.
$0,0 bill.
10
5
0
Valor Total Estimado
Número de Contratos
ICBF REGIONAL MAGDALENA
MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ...
RNEC
FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES ...
BOGOTÁ DC PATRIMONIO AUTÓNO...
DEPARTAMENTO DE SANTANDER
DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMAR...
DISTRITO ESPECIAL INDUSTRIAL Y P...
FONDO UNICO DE TECNOLOGIAS D...
DISTRITO ESPECIAL DE CIENCIA TEC...
PATRIMONIO AUTONOMO FONDO ...
BENEFICENCIA DEL VALLE DEL CAU...
ANSV
LOTERIA DE BOGOTA
PROCURADURIA GENERAL DE LA N...
MINISTERIO DE EDUCACION NACIO...
CUNDINAMARCA EMPRESA DE LIC...
SECRETARIA DISTRITAL DE HACIENDA
SECRETARÍA DISTRITAL DE MOVILID...
IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA
SECRETARÍA GENERAL DE LA ALCAL...
DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLA...
AGENCIA NACIONAL DE TIERRAS A...
SECRETARIA DE EDUCACION DEL DI...
CALDAS INDUSTRIA LICORERA DE...
MINSALUD
LOTERIA DE BOYCA
ANTIOQUIA ASOCIACIÓN CANAL L...
ICBF SEDE NACIONAL
BOYACÁ LOTERÍA DE BOYACÁ
ALCALDIA DISTRITAL DE SANTA MA...
MINISTERIO DEL INTERIOR
APC COLOMBIA
GOBERNACION DE NARIÑO
DILOF
INSTITUTO COLOMBIANO PARA LA ...
DEFENSORIA DEL PUEBLO
FONDO NACIONAL DEL AHORRO SA
Entidad


Departamento de Entidad
Todas


Nombre de Entidad (agregado)
* ingrese el nombre sin tilde
Buscar
Seleccionar todo
(En blanco)
ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES (...
ADMINISTRADORA DE LOS RECURSOS DEL SISTEM...
AGENCIA DE DESARROLLO RURAL
AGENCIA DE RENOVACION DEL TERRITORIO


Nombre de Entidad (plataforma)
Buscar
Seleccionar todo
ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES C...
ALCALDIA MUNICIPAL DE MORALES CAUCA
ALCALDIA MUNICIPAL FUSAGASUGA
APC COLOMBIA
CENAC AVIACION
CONCEJO MUNICIPAL SAN VICENTE FERRER



Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2020			2021			2022			2023	
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor
8210 - Publicidad	4	$15.694.724.352	10,36%	8	$6.306.446.767	4,16%	4	$5.107.903.650	3,37%	13	$26.422.531.0
8211 - Escritura y traducciones											
8212 - Servicios de reproducción	1	$3.645.684	0,00%								
Total	5	$15.698.370.036	10,37%	8	$6.306.446.767	4,16%	4	$5.107.903.650	3,37%	13	$26.422.531.0

7.3. Cadena de suministro

La cadena de suministro asociada a la prestación del servicio de pauta digital para las estrategias de comunicación y difusión de información del Departamento Administrativo de Planeación – Oficina SISBÉN Cali está conformada por los diferentes actores que intervienen en la planeación, administración, ejecución, monitoreo y optimización de campañas publicitarias en medios digitales, con el fin de garantizar la adecuada divulgación de la información institucional a la ciudadanía.

En una primera etapa se encuentran las plataformas tecnológicas y los medios digitales donde se ejecutarán las campañas publicitarias, tales como redes sociales, motores de búsqueda, sitios web, aplicaciones móviles y demás canales digitales que permiten la segmentación de audiencias y la difusión de contenidos patrocinados. Estas plataformas constituyen el principal insumo para la prestación del servicio, toda vez que suministran los espacios publicitarios, las herramientas de administración de campañas, los sistemas de medición y los mecanismos de optimización del rendimiento.

Posteriormente intervienen las agencias de publicidad, centrales de medios o empresas especializadas en marketing digital, quienes diseñan la estrategia de pauta de acuerdo con los objetivos definidos por la Entidad. Dentro de sus actividades se encuentran la planeación de medios, la definición del público objetivo, la segmentación geográfica y demográfica, la programación de campañas, la administración del presupuesto publicitario, la configuración de anuncios, el seguimiento permanente al desempeño de las campañas y la optimización de los resultados mediante el análisis de métricas e indicadores.

En la siguiente etapa participan los proveedores que contratan directamente con la Entidad, quienes son responsables de ejecutar integralmente la estrategia de pauta digital, administrar la inversión destinada a los diferentes canales publicitarios, garantizar la correcta publicación de las campañas, presentar informes de ejecución y rendimiento, atender los requerimientos de la Entidad y asegurar el cumplimiento de las condiciones técnicas establecidas en el contrato.

Finalmente, se encuentra la Entidad contratante, que realiza el seguimiento y supervisión de la ejecución contractual, verifica el cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional, revisa los informes de desempeño, valida los indicadores de alcance, impresiones, clics, interacción y demás métricas establecidas, y recibe a satisfacción los servicios prestados conforme a las condiciones pactadas.

En este sentido, la cadena de suministro del sector de la publicidad digital presenta un adecuado nivel de desarrollo y competitividad, con participación de plataformas tecnológicas de alcance nacional e internacional, agencias especializadas, operadores de medios digitales y proveedores con experiencia en la administración de campañas publicitarias. No obstante, factores como las políticas de las plataformas digitales, la dinámica de las subastas publicitarias, las variaciones en los costos por impresión o clic, los cambios en los algoritmos, la competencia por las audiencias objetivo y la adecuada optimización de las campañas pueden incidir en el comportamiento de los costos y en los resultados esperados durante la ejecución del contrato.

7.4. Estructura de costos

La estructura de costos asociada a la prestación del servicio de pauta digital para las estrategias de comunicación y difusión de la información del Departamento Administrativo de Planeación – Oficina SISBÉN Cali está conformada por los diferentes componentes que intervienen en la planeación, administración, ejecución, seguimiento y optimización de las campañas publicitarias en medios digitales. Al tratarse de un servicio especializado, el valor ofertado por los proveedores depende principalmente del presupuesto destinado a la inversión publicitaria, los canales de difusión seleccionados, la segmentación de las audiencias, el alcance esperado de las campañas, la duración de la pauta y las actividades de administración y seguimiento requeridas durante la ejecución contractual.

Uno de los principales componentes corresponde a la inversión destinada a la compra de espacios publicitarios en plataformas digitales, la cual representa el costo asociado a la difusión de anuncios patrocinados en redes sociales, motores de búsqueda, sitios web, aplicaciones móviles y demás canales digitales definidos en la estrategia de comunicación. Este componente puede variar de acuerdo con las condiciones de oferta y demanda de los espacios publicitarios, el tipo de campaña, la segmentación del público objetivo, la ubicación geográfica, la duración de la pauta y los modelos de cobro establecidos por cada plataforma, tales como costo por mil impresiones (CPM), costo por clic (CPC), costo por visualización (CPV) o costo por adquisición (CPA), según corresponda.

También hacen parte de la estructura de costos las actividades relacionadas con la planeación estratégica y la administración de las campañas publicitarias, las cuales comprenden la definición de objetivos, selección de canales de difusión, configuración de campañas, segmentación de audiencias, programación de anuncios, distribución del presupuesto, monitoreo permanente, optimización del rendimiento y análisis de resultados. Estas actividades requieren conocimientos especializados en marketing digital y manejo de plataformas de publicidad en línea.

Otro componente corresponde a los costos de personal especializado, asociados a los profesionales encargados de la planeación de medios, administración de campañas, análisis de métricas, optimización de resultados, elaboración de informes y atención de los requerimientos de la Entidad. Estos costos dependen del nivel de experiencia técnica del equipo de trabajo, la complejidad de las campañas y el tiempo requerido para garantizar una adecuada ejecución del contrato.

De igual forma, la estructura de costos contempla las actividades de seguimiento, medición y elaboración de informes, mediante las cuales el proveedor verifica el comportamiento de las campañas y presenta reportes sobre indicadores de desempeño, tales como alcance, impresiones, clics, interacciones, reproducciones, conversiones y demás métricas definidas para evaluar el cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.

Adicionalmente, deben considerarse los gastos administrativos y operativos del proveedor, relacionados con la administración del contrato, gestión comercial, coordinación operativa, facturación, atención de requerimientos, soporte técnico y demás actividades necesarias para garantizar la correcta prestación del servicio durante la ejecución contractual.

En aquellos casos en que la inversión publicitaria se realice a través de plataformas internacionales cuya facturación o tarifas se encuentren referenciadas en moneda extranjera, la estructura de costos podrá verse influenciada por las variaciones de la Tasa Representativa del Mercado (TRM) y por las políticas comerciales establecidas por dichas plataformas. No obstante, estos factores hacen parte del riesgo propio de la actividad económica y deberán ser considerados por el proveedor al momento de estructurar su propuesta económica, teniendo en cuenta que el contrato se ejecutará y pagará en moneda legal colombiana.

Finalmente, el precio ofertado incluye los impuestos, tasas, contribuciones y gravámenes aplicables, así como el margen de utilidad del proveedor, entendido como la rentabilidad esperada por la prestación del servicio especializado de pauta digital. En consecuencia,

el valor final del contrato se determina a partir de la combinación de la inversión publicitaria, los costos de planeación y administración de campañas, el talento humano especializado, las actividades de seguimiento y medición, los gastos administrativos, los impuestos y el margen comercial, elementos que permiten comprender el comportamiento de los precios del sector y constituyen un referente para la estimación del presupuesto oficial del proceso.

8. Estudio de Mercado

Para la determinación del valor estimado del contrato cuyo objeto corresponde PRESTAR LOS SERVICIOS DE PLANEACIÓN OPERATIVA, ADMINISTRACIÓN, EJECUCIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE PAUTA DIGITAL PARA LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS INSTITUCIONALES DEL SISBÉN CALI, ORIENTADOS A PROMOVER LA SOLICITUD DE ENCUESTA, AMPLIAR EL ALCANCE DE LA INFORMACIÓN DIRIGIDA A LA CIUDADANIA Y CONTRIBUIR AL CUMPLIMIENTO DE LAS METAS ESTABLECIDAS EN EL MARCO DEL CONVENIO INTERADMINISTRATIVO 4132.010.27.1.859-2025 SUSCRITO ENTRE LA UNIAJC Y EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN DEL DISTRITO ESPECIAL DE SANTIAGO DE CALI, se realizó un análisis de mercado con base en cotizaciones solicitadas a proveedores del sector de publicidad con el fin de establecer un valor acorde con las condiciones reales de oferta, producción, calidad, tiempos de entrega y disponibilidad del mercado.

El mercado asociado a este tipo de servicios se encuentra conformado por agencias de publicidad, centrales de medios, empresas especializadas en marketing digital y proveedores dedicados a la planeación, administración y ejecución de campañas de pauta en plataformas digitales. Se trata de un sector con una oferta suficiente de proveedores, en el que los precios pueden variar de acuerdo con la inversión publicitaria requerida, los canales de difusión seleccionados, el público objetivo, el nivel de segmentación, la duración de las campañas, el alcance esperado, las actividades de administración y optimización de la pauta, así como las condiciones comerciales ofrecidas por cada proveedor.

Para efectos de la estimación del presupuesto oficial, se tuvieron en cuenta dos (2) cotizaciones allegadas por proveedores del sector Bambú Creativos SAS y Alvaro Coral, las cuales contemplan la prestación del servicio de pauta digital para la difusión de las estrategias de comunicación del Departamento Administrativo de Planeación – Oficina SISBÉN Cali. Dichas cotizaciones comprenden las actividades de planeación, administración, ejecución, seguimiento y optimización de campañas publicitarias en plataformas digitales, de conformidad con las especificaciones técnicas y el alcance definido por la Entidad.

De acuerdo con las cotizaciones recibidas, se identificaron los siguientes valores:

NO. COTIZACION	VALOR COTIZACION	TIEMPO DE ENTREGA	CUMPLIMIENTO ESP. TÉCNICAS	OBSERVACIONES	PROMEDIO
Cotización 1	$ 6.000.000	Dos meses	sí	n/a	$7.975.000
Cotización 2	$ 9.950.000	Dos meses	sí	n/a	

Los valores obtenidos evidencian diferencias propias del mercado, asociadas principalmente a las condiciones comerciales de cada proveedor, la metodología de planeación y administración de las campañas, el alcance de los servicios ofrecidos, la estrategia de segmentación, los canales digitales propuestos, la experiencia del equipo de trabajo, la inversión publicitaria estimada, las herramientas de monitoreo y optimización utilizadas, así como los márgenes comerciales aplicados. No obstante, las cotizaciones recibidas cumplen con las especificaciones técnicas definidas por la Entidad y permiten establecer un rango de precios razonable para la prestación del servicio de pauta digital objeto del presente proceso de contratación.

Con base en lo anterior, el valor estimado del contrato se determinó a partir del promedio aritmético de las tres cotizaciones recibidas, obteniendo como resultado la suma de SIETE MILLONES NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO MIL PESOS M/CTE ($7.975.000), valor que se considera acorde con las condiciones del mercado y suficiente para atender la necesidad identificada por la Entidad.

Nota: Las cotizaciones utilizadas para la elaboración del presente análisis hacen parte integral del proceso y reposan en el expediente contractual.

9. Análisis de Riesgo

De conformidad con el artículo 4 de la Ley 1150 de 2007 y el Decreto 1082 de 2015, la Entidad ha realizado la identificación, evaluación y asignación de los riesgos previsibles que puedan afectar el equilibrio económico o la prestación del servicio durante la ejecución del contrato.

Para el presente proceso se adjunta la matriz de riesgo que hará parte integral del mismo.

10. Conclusiones

Con base en la información compilada en el presente estudio del sector, se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos para el proceso de contratación:

- Los códigos UNSPSC identificados son:

Código UNSPSC	Nombre - Producto
82101500	Publicidad impresa
82101600	Publicidad difundida
82101800	Servicios de agencia de publicidad
82111800	Servicios editoriales y de soporte
82111900	Servicios de noticias y publicidad
83121700	Servicios de comunicación masiva

Modalidad de selección y su justificación.

El proceso de selección y el contrato que de él se derive, se sujetarán a lo dispuesto en la ley 80 de 1993, la ley 1150 de 2007, Decreto 1082 del 26 de mayo de 2015 y sus decretos reglamentarios.

La modalidad de selección del contratista será la de MÍNIMA CUANTÍA, teniendo en cuenta que el presupuesto oficial previsto para la presente convocatoria, no supera el diez por ciento (10%) de la menor cuantía establecida para la UNIAJC (Art. 24 Ley 80 de 1993).

- Forma de pago del contrato.

Un (1) primer pago parcial del 30% después de realizar la reunión inicial de concertación con el área encargada de las comunicaciones del Sisbén Cali y realizar la entrega del plan de medios digitales y el 70% restante después de recibir a satisfacción el objeto contractual al 100% (incluyendo ajustes y cambios), previa certificación del Supervisor del Contrato.

La UNIAJC, realizará (el) o (los) pago (s), con un tiempo no mayor a 60 días calendario de la fecha de la recepción factura y/o cuenta de cobro con todos sus soportes, previa certificación de la documentación y la prestación del servicio a entera satisfacción por parte del Supervisor del Contrato, según disponibilidad del PAC.

- Plazo de ejecución.

El plazo de ejecución del presente contrato será hasta el 31 de agosto del 2026 se contarán a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución conforme al artículo 41 de la Ley 80 de 1993 y artículo 23 de la Ley 1150 de 2007, y suscripción del acta de inicio.

- Garantías exigidas.

En consecuencia con la muestra analizada y la naturaleza del objeto contractual, se sugiere la exigencia de los siguientes amparos:

De cumplimiento: equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución y tres (3) meses más.

Calidad del servicio o de los bienes suministrados: equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución y tres (3) meses más.

- Presupuesto oficial

El presupuesto oficial con que cuenta la Institución Universitaria Antonio José Camacho, para la realización del proceso, asciende a la suma de**: SIETE MILLONES NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO MIL PESOS M/CTE ($7.975.000),** incluidos todos los impuestos, tasas y contribuciones nacionales, departamentales y municipales que se causen para la suscripción, legalización y ejecución del contrato.

- Impuestos y estampillas

El presupuesto oficial estimado para el presente proceso es de SIETE MILLONES NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO MIL PESOS M/CTE ($7.975.000), suma que incluye la totalidad de los costos directos e indirectos asociados a la prestación del servicio, así como los impuestos, tasas, contribuciones y demás gravámenes del orden nacional y territorial que resulten aplicables.

El proponente, con la presentación de su oferta acepta que el valor total ofertado comprende todas las obligaciones fiscales y costos necesarios para la adecuada

ejecución del objeto contractual, sin que haya lugar a reconocimientos adicionales por estos conceptos.

En caso de que al contrato le sean aplicables estampillas departamentales o municipales conforme a la normativa vigente para la vigencia fiscal correspondiente, los descuentos respectivos se efectuarán sobre cada uno de los pagos realizados. Estos valores tienen carácter obligatorio y no serán objeto de reembolso, por lo que deberán ser tenidos en cuenta por el contratista dentro de su estructura financiera.

Se presenta la siguiente relación de estampillas de carácter territorial a título enunciativo, para que sean consideradas por el proponente dentro de su estructura de costos.

Retención y/o Deducciones	Contrato menor a	2.196 115.013.304,00	Contrato mayor o igual	2.196 115.013.305	Contrato mayor a	4.072 213.266.929	Entidades publicas
Estampilla Pro Desarrollo 1%	APLICA		NO APLICA		NO APLICA		APLICA
Estampilla Pro Desarrollo 3,5%	NO APLICA		APLICA		APLICA		APLICA
Estampilla Pro Univalle 2%	APLICA		APLICA		APLICA		NO APLICA
Estampilla Pro Hospitales 1%	APLICA		APLICA		APLICA		NO APLICA
Estampilla Pro Cultura 1%	NO APLICA		NO APLICA		APLICA		NO APLICA
Estampilla Pro Unipacifico 0,5% (> 6 SMMLV - persona natural)	APLICA		APLICA		APLICA		NO APLICA
Estampilla Pro Unipacifico 0,5% (Contrato persona juridica)	APLICA		APLICA		APLICA		NO APLICA
Estampilla Pro Deportes 2% (Contratos persona Juridica)	APLICA		APLICA		APLICA		APLICA
Estampilla Pro Adulto Mayor 2% (Contratos Persona Juridica)	APLICA		APLICA		APLICA		APLICA
Estampilla familiar 2% (Persona Naturales Pagos mayores a 10 SMMLV)	APLICA		APLICA		APLICA		NO APLICA
Estampilla familiar 2% (Contratos Persona Juridica)	APLICA		APLICA		APLICA		NO APLICA
Estampilla contribución especial 5% (Contratos de obra)	APLICA		APLICA		APLICA		NO APLICA
Reteiva 15% del Iva Facturado	APLICA		APLICA		APLICA		NO APLICA
Retefuente (Depende de la actividad economica del contratista o proveedor)	APLICA		APLICA		APLICA		NO APLICA
Reteica (Depende de la actividad economica del contratista o proveedor)	APLICA		APLICA		APLICA		NO APLICA

Rol financiero
Equipo Estructurador