ESTRUCTURA DEL ESTUDIO DEL SECTOR

OBJETO

CLASIFICACIÓN UNSPSC.

SECTOR AL CUAL PERTENECE.

A. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1. Económico.

2. Técnico.

3. Regulatorio.

4. Otros contextos.

B. MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO

C. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO – ESTUDIO DE DEMANDA

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

2. ¿Cómo adquieren otras Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

D. ESTUDIO DE LA OFERTA

1. ¿Quién puede prestar el servicio?

E. ESTUDIO DE MERCADO

F. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE SECTOR

ESTRUCTURA DEL ESTUDIO DEL SECTOR

El artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 establece el deber que tienen las Entidades Estatales de realizar un análisis para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de riesgo. el Estudio del Sector permite identificar las oportunidades disponibles en el mercado para atender la necesidad de la Entidad Estatal.

En el marco del análisis del sector, la Entidad debe entender y conocer: a) cuál es su necesidad y cómo puede satisfacerla; b) cómo y quiénes pueden proveer los bienes, obras y servicios requeridos; y c) cómo puede desarrollarse el proceso de adquisición de los bienes o servicios para satisfacer su necesidad, y dentro de esta última opción, deberá entender la posibilidad de segmentar su proceso para promover una mayor participación de oferentes. Estos criterios son complementarios entre sí y dependerán de la necesidad a satisfacer respecto al bien o servicio que se pretenda adquirir.

En este contexto, la presente guía ayuda a la Entidad Estatal a cumplir el mandato legal establecido por el Decreto 1082 de 2015, al ofrecer herramientas que permiten identificar el contexto del sector o mercado al cual pertenecen los bienes, obras o servicios que pretende adquirir, así como entender el comportamiento de la contratación desde el punto de vista de la oferta.

El Concejo de Montería con lo establecido en la guía para la elaboración de estudios del sector de Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente – Versión: **V2 Fecha: 15/08/2025**, estructura el análisis del sector del siguiente proceso en las siguientes áreas.

A. Aspectos Generales del Mercado
B. Modelo de Abastecimiento Estratégico
C. Comportamiento del Gasto Histórico – Estudio De Demanda
D. Estudio de la Oferta
E. Estudio de Mercado
F. Conclusiones del Estudio de Sector
G. Ofertas artificialmente bajas

OBJETO

PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA EL DISEÑO, ELABORACIÓN, ACTUALIZACIÓN, SOCIALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL DEL CONCEJO MUNICIPAL DE SAN JERÓNIMO DE MONTERÍA, DE CONFORMIDAD CON LOS LINEAMIENTOS NORMATIVOS VIGENTES APLICABLES A LA GESTIÓN PÚBLICA.

CLASIFICACIÓN UNSPSC

De Conformidad con el clasificador de bienes y servicios de Naciones Unidas, versión 14 del UNSPSC, consultado en la página web. www.colombiacompra.gov.co/clasificacion, el objeto a contratar se encuentra codificado así:

GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(10) Publicidad.	(18) Servicios de agencia de publicidad.
(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes.	(12) Servicios de reproducción	(15) Impresión.
(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Graficas y Bellas Artes	(14) Diseño gráfico	(15) Servicios de diseño artístico.

SECTOR AL CUAL PERTENECE

Existen varios sectores productivos en Colombia, que se pueden clasificar de diferentes maneras. A continuación, se detallan los principales sectores económicos del país[1]:

Sector primario: incluye actividades relacionadas con la agricultura, la ganadería, la pesca y la extracción de recursos.

Sector secundario: comprende la industria manufacturera, la construcción y la energía.

Sector terciario: se refiere a los servicios de comercio, educación y salud.

Sector cuaternario: incorpora todas las actividades basadas en el conocimiento y la innovación, como la investigación y desarrollo (I+D) y las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

El sector terciario de la economía en Colombia, también conocido como sector de servicios, abarca una amplia gama de actividades que no producen bienes materiales, sino que generan servicios destinados a satisfacer las necesidades de la población.

[1] UNIR - Universidad Internacional de La Rioja 2025. (s.f.). *Cuáles son los sectores económicos de Colombia.* https://colombia.unir.net/actualidad-unir/sectores-economicos/

Este sector es fundamental para el desarrollo económico y social del país, representando una parte significativa del PIB y generando un gran número de empleos. El sector terciario en Colombia engloba varias subcategorías importantes:

Comercio
Servicios financieros
Turismo y hostelería
Educación y salud
Transporte y logística

A. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

El análisis de los aspectos generales del mercado en Colombia para la contratación del servicio de diseño, elaboración, actualización, socialización e implementación de un Manual de Identidad Institucional se rige por la normativa de contratación pública (Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007) y las directrices vigentes del Gobierno Nacional.

A continuación, se presenta la estructura detallada y ampliada para la construcción de los Estudios Previos o el Análisis de Sector:

Análisis de la Demanda y Contexto del Mercado Colombiano

La demanda de estos servicios en Colombia proviene principalmente de entidades del Estado (alcaldías, gobernaciones, ministerios, empresas de economía mixta) y del sector corporativo privado que busca renovar su posicionamiento.

- Alineación con directrices de Gobierno Digital: En el sector público, cualquier desarrollo de identidad visual debe alinearse estrictamente con la Estrategia de Gobierno Digital del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). La identidad no es solo física; debe cumplir con los estándares de diseño de portales institucionales del Estado colombiano (.gov.co) y asegurar principios de accesibilidad web (normativa de la suite de directrices del MinTIC).

- Transiciones de Gobierno: Existe un pico estacional de alta demanda al inicio de los periodos de mandatos locales y regionales (alcaldías y gobernaciones), donde las nuevas administraciones requieren actualizar o unificar la marca territorio junto con la identidad institucional.

- Enfoque en la Inclusión y Diversidad: El mercado colombiano exige hoy que las propuestas estéticas respeten y reflejen la diversidad cultural, étnica y regional del país, evitando sesgos y promoviendo la inclusión en la comunicación visual institucional.

Estructura y Segmentación de la Oferta (Perfil de Proveedores)

El Registro Único de Proponentes (RUP) y los códigos del Clasificador de Bienes y Servicios de las Naciones Unidas (UNSPSC) —comúnmente el código 82141502 (Servicios de diseño gráfico) o 80141600 (Actividades de ventas y marketing)— clasifican la oferta en el país en tres segmentos definidos:

- Grandes Agencias de Publicidad y Branding: Empresas con sedes principales en Bogotá, Medellín y Cali. Cuentan con capacidad financiera para soportar contratos

de gran envergadura (múltiples sucursales o ministerios). Ofrecen metodologías de investigación de mercados robustas, pero sus costos operativos y de intermediación son elevados.

- Agencias Boutique y Estudios de Diseño Especializados: Firmas medianas y pequeñas con alta capacidad técnica y flexibilidad creativa. Son la opción más eficiente en la relación costo-beneficio para entidades de tamaño intermedio. Tienen gran destreza en el componente gráfico, aunque a veces requieren subcontratar o aliarse para las fases de socialización masiva.

- Consorcios o Uniones Temporales: Estructuras comunes en la contratación estatal colombiana. Se componen de una agencia de diseño (que aporta el componente técnico visual) aliada con una firma consultora en comunicación organizacional o gestión del cambio (que ejecuta la socialización, talleres presenciales y apropiación cultural de la marca).

Entregables Técnicos Mínimos Sugeridos

Para garantizar el cumplimiento del objeto contractual y evitar controversias técnicas, el mercado estipula la entrega formal de los siguientes productos:

- Documento Maestro del Manual de Identidad: Archivo digital final en formato PDF interactivo y navegable de alta resolución, que contenga la justificación conceptual, retícula del logo, áreas de reserva, usos correctos e incorrectos, tipografías licenciadas o de uso libre (como Google Fonts para garantizar interoperabilidad) y códigos de color (CMYK, RGB, Pantone y Hexadecimal).

- Kit de Plantillas Editables y Repositorio de Marca: Archivos fuente originales de diseño (Adobe Illustrator, Photoshop o InDesign) y versiones adaptadas a herramientas ofimáticas comunes de uso institucional (Microsoft Word, PowerPoint y Canva institucional) para que el personal no diseñador pueda producir documentos bajo la norma de la entidad.

- Estrategia y Caja de Herramientas de Socialización: Informe final de apropiación que registre las capacitaciones realizadas (con listas de asistencia y evaluaciones de conocimiento), junto con piezas de comunicación interna diseñadas exclusivamente para que los funcionarios adopten la nueva identidad en sus labores diarias

1. Económico

Productos incluidos dentro del sector

El mercado para este tipo de consultoría especializada no se limita a la entrega de una guía gráfica. Comprende un ecosistema integral de productos tangibles e intangibles que se agrupan en cuatro (4) grandes categorías o componentes técnicos, estructurados de la siguiente manera:

1. Componente de Diagnóstico y Línea Base (Productos Analíticos)

2. Componente de Diseño Normativo (El Manual de Identidad)

3. Componente de Aplicaciones Prácticas (Kits de Plantillas y Maquetación)

4. Componente de Socialización y Gestión de Cambio (Productos Pedagógicos)

Agentes que componen el sector

Son las organizaciones que dinamizan el sector mediante la necesidad de gestionar, unificar o transformar su posicionamiento e identidad visual:

- Sector Público (Entidades Estatales): Incluye ministerios, departamentos administrativos, superintendencias, gobernaciones, alcaldías y empresas industriales y comerciales del Estado. Sus contrataciones se rigen por el Estatuto General de Contratación Pública (Ley 80 de 1993 y Ley 1150 de 2007) y buscan la estandarización, la transparencia y la alineación con las directrices de la marca país o la administración de turno.

- Sector Privado (Corporativo y Empresarial): Compuesto por grandes empresas, multinacionales, pymes y gremios económicos. Demandan el servicio motivado por fusiones, adquisiciones, lanzamientos de nuevas líneas de negocio o procesos de modernización digital. Sus procesos de selección son privados (invitaciones cerradas o concursos de méritos propios).

- Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y Sector Academia: Universidades, fundaciones y organismos multilaterales que requieren manuales con alta sensibilidad social, adaptados a públicos diversos y con enfoques de inclusión.

Agentes de Oferta (Proveedores del Servicio)

Es el tejido empresarial encargado de ejecutar la consultoría y producir los entregables técnicos. En Colombia, la oferta formal se encuentra inscrita en el Registro Único de Proponentes (RUP) bajo los códigos UNSPSC de servicios de diseño gráfico y consultoría de mercadeo:

- Grandes Agencias de Publicidad y Firmas Globales de Branding: Ubicadas principalmente en los nodos de Bogotá, Medellín y Cali. Cuentan con estructuras transnacionales o corporativas robustas, alta capacidad financiera y metodologías de investigación indexadas. Son contratadas para marcas de gran impacto masivo, aunque sus costos operativos son los más elevados del mercado.

- Agencias Boutique y Estudios de Diseño Especializados: Empresas medianas y pequeñas locales que ofrecen una alta sofisticación técnica, conceptualización ágil y atención personalizada. Son el núcleo más competitivo del mercado en la relación costo-beneficio para entidades de mediana envergadura.

- Consultoras en Comunicación Estratégica y Gestión del Cambio: Firmas que tradicionalmente no diseñan, pero colideran el sector debido a su especialidad en los componentes de socialización e implementación interna (endomarketing), garantizando la adopción cultural de la marca.

- Consorcios y Uniones Temporales: Alianzas estratégicas plurales muy comunes en la contratación estatal colombiana, donde una agencia de diseño y una firma consultora de comunicación unen sus capacidades técnicas y financieras para cumplir con los exigentes requisitos de habilitación de los pliegos de condiciones.

Agentes Reguladores y Normativos

Son los organismos del Estado colombiano que dictan las reglas operativas, técnicas y jurídicas que condicionan el diseño y la implementación de la identidad:

- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC): Entidad encargada de emitir las directrices de la Estrategia de Gobierno Digital, los estándares de diseño UX/UI para los portales .gov.co y las directrices de accesibilidad web (Pautas WCAG), que los diseñadores deben cumplir obligatoriamente para las aplicaciones digitales del Estado.

- Colombia Compra Eficiente (CCE): Agencia Nacional de Contratación Pública que define los lineamientos para la estructuración de los Análisis de Sector, pliegos tipo (cuando apliquen) y guías para la selección objetiva de este tipo de servicios intelectuales.

- Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA): Organismo que regula la propiedad intelectual en el país, vigilando las condiciones de cesión de derechos patrimoniales y morales de las obras de diseño creadas durante la ejecución del contrato.

- Superintendencia de Industria y Comercio (SIC): Entidad ante la cual se realizan los registros de marcas, enseñas comerciales y patentes, asegurando que los nuevos desarrollos de identidad no vulneren derechos de propiedad industrial preexistentes.

Variables económicas que pueden afectar el abastecimiento o los precios en el sector, como inflación, variación del SMMLV y la tasa de cambio.

PIB desde el enfoque de la producción

En el primer trimestre de 2026pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,2% respecto al mismo periodo de 2025pr (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 5,7% (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 2,9% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).

Industrias manufactureras crece 2,9% (contribuye 0,3 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 0,6%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades
económicas relacionadas:

Industrias manufactureras crece 2,3%.

Actividades financieras y de seguros crece 2,2%.

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 1,4%.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Primer trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2026pr-I / 2025pr-I	2026pr-I / 2025pr-IV
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-1,4	-0,5
Explotación de minas y canteras	-0,1	0,8
Industrias manufactureras	2,9	2,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	2,6	0,3
Construcción	-5,4	-4,6
Comercio al por mayor y al por menor[3]	2,9	0,2
Información y comunicaciones	1,3	1,1
Actividades financieras y de seguros	2,8	2,2
Actividades inmobiliarias	2,0	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	2,2	0,5
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	5,7	1,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	3,2	1,4
Valor agregado bruto	**2,2**	**0,6**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,9	0,9
Producto Interno Bruto	**2,2**	**0,6**

Fuente: DANE, PIB_T

Comercio al por mayor y al por menor

En el primer trimestre de 2026pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 2,9% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 7):

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
- crece 6,0%.

- Transporte y almacenamiento crece 0,7%.

- Alojamiento y servicios de comida decrece 1,8%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece en 0,2%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
- crece 0,7%.

- Transporte y almacenamiento crece 0,9%.

- Alojamiento y servicios de comida crece 0,4%.

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Primer trimestre 2026[Pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2026[Pr]-I / 2025[Pr]-I	2026[Pr]-I / 2025[Pr]-IV
Comercio al por mayor y al por menor[3]	6,0	0,7
Transporte y almacenamiento	0,7	0,9
Alojamiento y servicios de comida	-1,8	0,4
Comercio al por mayor y al por menor[1]	**2,9**	**0,2**

Fuente: DANE,PIB_T

Índice de Precios al Consumidor (IPC)[2] - Información abril 2026

Gráfica Índice de precios al consumidor (IPC) umidor (IPC)

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

IPC	Abril					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,66	**0,78**	3,30	**3,87**	5,16	**5,68**

En abril de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,78%, la variación año corrido fue 3,87% y la anual 5,68%.

En abril de 2026 la variación anual del IPC fue 5,68%, es decir, 0,52 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,16%.

El comportamiento mensual del IPC total en abril de 2026 (0,78%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas y Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,51%) y Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (1,06%).

Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

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

[2] Boletín técnico Índice de Precios al Consumidor (IPC) octubre 2025, Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) Bogotá D.C., Colombia www.dane.gov.co https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica

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

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

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

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

Variaciones y contribuciones de las subclases en el mes

En abril de 2026 en comparación con marzo de 2026, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: frutas frescas (5,52%), combustibles para vehículos (2,48%), arriendo imputado (0,55%), arriendo efectivo (0,61%), servicios relacionados con la copropiedad (3,82%), carne de res y derivados (1,68%), papas (8,05%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,36%), huevos (3,92%) y gas (2,13%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: vehículo particular nuevo o usado (-0,37%), plátanos (-1,41%), naranjas (-3,83%), dulces, confites, caramelos, bombones, chocolatinas, chicles, masmelos, cocadas para consumo en el hogar (-2,29%) y legumbres secas (-0,70%).

Cuadro 2. IPC Variación y contribución mensual
Por principales subclases
Abril 2026

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Frutas frescas	5,52	0,08
Combustibles para vehículos	2,48	0,08
Arriendo imputado	0,55	0,07
Arriendo efectivo	0,61	0,06
Servicios relacionados con la copropiedad	3,82	0,05
Carne de res y derivados	1,68	0,04
Papas	8,05	0,03
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	0,36	0,03
Huevos	3,92	0,03
Gas	2,13	0,02

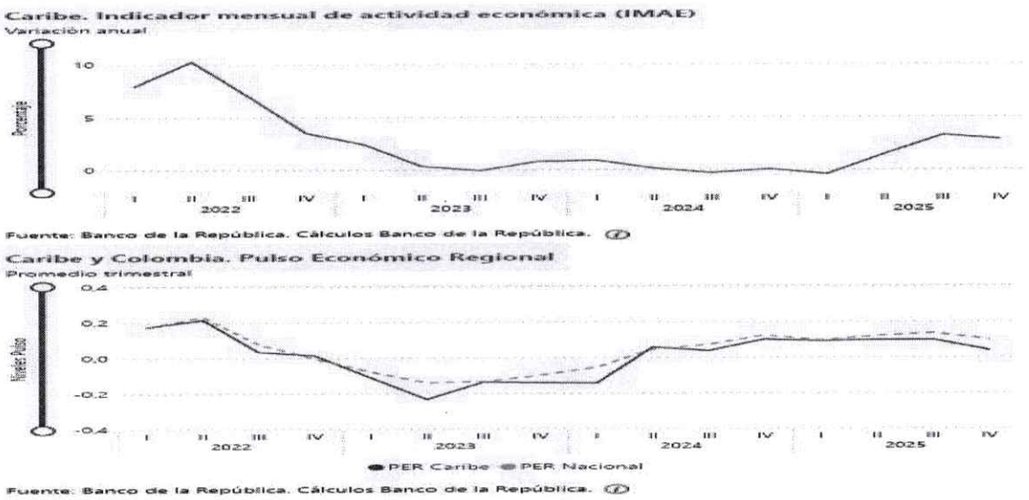
Fuente: DANE, IPC.

Boletín Económico Regional | Caribe | IV trimestre de 2025

La actividad económica del Caribe moderó su crecimiento anual en el cuarto trimestre de 2025, acorde con el IMAE y el Pulso Económico Regional. El IMAE registró un incremento anual de 2,8 %, desacelerando su dinámica frente al trimestre anterior, cuando creció 3,2%. El comportamiento positivo se sustentó en componentes vinculados al gasto de los hogares, como las ventas minoristas, las matrículas de vehículos nuevos, la demanda comercial de energía eléctrica y el consumo de productos agropecuarios. En cambio, la contracción de la actividad manufacturera y la debilidad del sector externo condicionaron el desempeño agregado de la región.

El dinamismo de la demanda interna explicó buena parte del crecimiento regional, pese al repunte de la inflación anual. El gasto de los hogares en vehículos y motocicletas nuevas, así como de artículos culturales y de entretenimiento, se vio favorecido por un entorno de mejor confianza del consumidor, menor desempleo, incremento en remesas y mayor realización de eventos y conciertos. En contraste, la inflación anual aumentó, siendo alimentos y bebidas no alcohólicas el componente de mayor contribución, con incrementos en carnes, lácteos, legumbres y bebidas procesadas, así como educación, salud y restaurantes y hoteles, que registraron las variaciones más elevadas, por ajustes en tarifas de servicios.

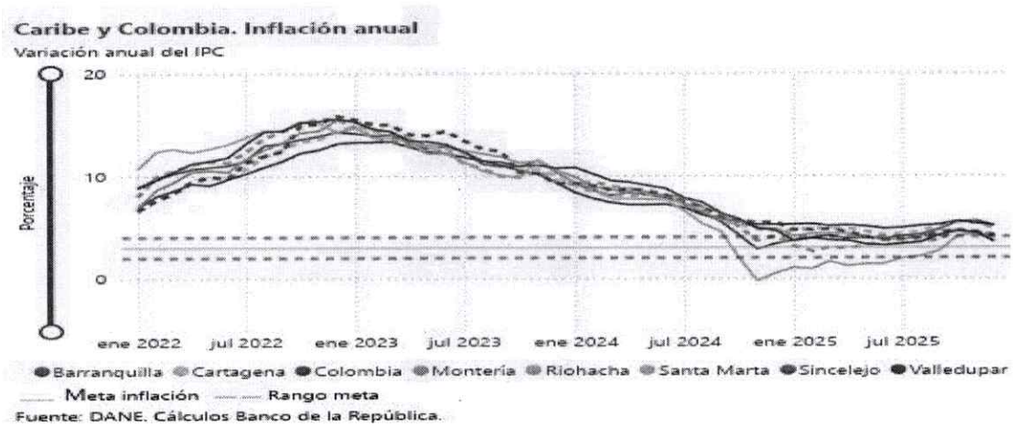
La contracción de la actividad industrial y el debilitamiento de sectores importantes frenaron el dinamismo del resultado regional. La elaboración de alimentos disminuyó por menor disponibilidad de materias primas, mientras que la de bebidas se ajustó a los planes de producción de las empresas. A su vez, la fabricación de químicos y productos metálicos descendieron en un entorno de menor demanda externa. Algunos indicadores del turismo como los ingresos por alojamiento y la ocupación hotelera se redujeron, pese al mayor flujo de visitantes. La construcción continúo en retroceso, aunque aumentaron las ventas de vivienda nueva. Por último, la producción de gas se contrajo nuevamente debido al declive natural y progresivo de los yacimientos.



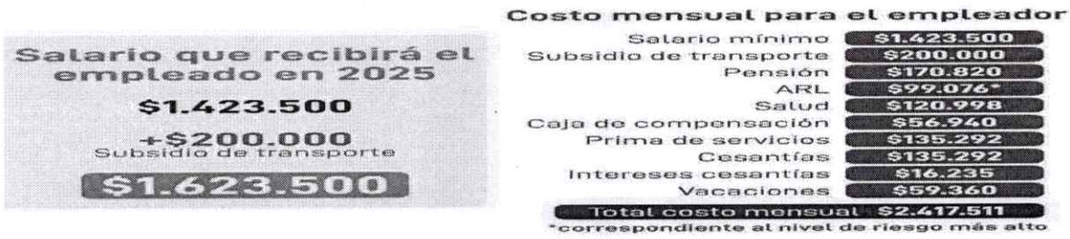
Boletín Económico Regional | Caribe | IV trimestre de 2025 – Inflación

La inflación anual aumentó en las principales ciudades del Caribe frente al mismo período del año anterior y frente al trimestre previo. En un contexto de dinamismo en la demanda interna y mercado laboral con resultados positivos, la inflación regional promedió niveles superiores del rango meta del Banco de la República (entre 2,0 % y 4,0 %). Barranquilla y Cartagena presentaron niveles superiores al promedio regional, mientras, Santa Marta se mantiene como la ciudad con los niveles de precios más bajos. Las divisiones de gasto con mayor inflación anual fueron educación, salud y restaurantes y hoteles. La educación registró las variaciones más altas en lo corrido del año y durante el período de análisis presentó ajustes en matrículas, pensiones y servicios educativos complementarios.

En salud, se observaron incrementos en servicios asociados a la atención de pacientes externos en consultas odontológicas y de medicina general con particulares. En restaurantes y hoteles se presentaron aumentos en paquetes turísticos, comidas fuera del hogar y servicios recreativos. Las divisiones de gasto con la inflación anual más baja fueron información y comunicación, recreación y cultura, y muebles y artículos para el hogar. Los dos primeros rubros registraron disminuciones de precios en equipos de telefonía móvil, aparatos audiovisuales, fotográficos y de procesamiento de la información, artículos para pintura y dibujo y servicios de suscripción de televisión por redes. En los elementos para el hogar predominaron los bajos precios en aparatos eléctricos pequeños y en artefactos grandes como lavadoras y neveras.



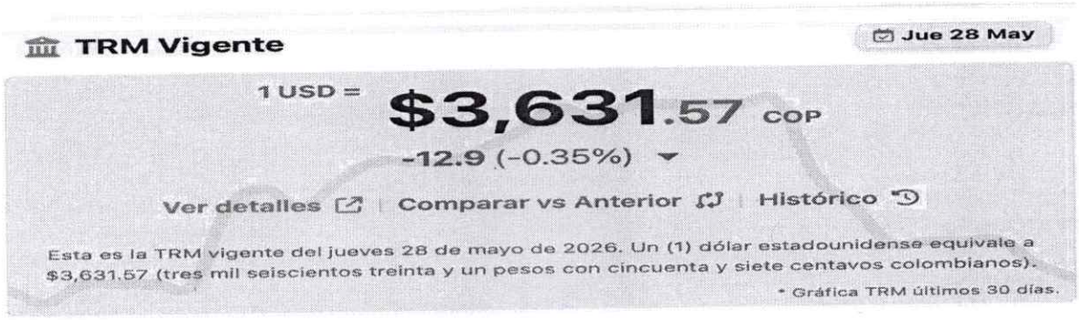
Variación del SMMLV





Tasa de Cambio

La Tasa de Cambio Representativa del Mercado–TRM, corresponde al promedio ponderado de las operaciones de compra y venta de contado de dólares de los Estados Unidos de América a cambio de moneda legal colombiana, realizadas entre Intermediarios del Mercado Cambiario (IMC), así como de las operaciones que efectúan los IMC con las demás entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), distintas de IMC y aquellas que hacen los IMC con el Banco de la República o el Ministerio de Hacienda y Crédito Público MHCP. La TRM es calculada diariamente y certificada por la Superintendencia Financiera de Colombia con base en la información disponible y la reglamentación expedida por el Banco de la República, Variaciones de los precios del dólar tiene impacto en el precio de los insumos importados.



https://dolar.wilkinsonpc.com.co

2. Técnico

El contratista seleccionado deberá prestar los servicios para el diseño, elaboración, actualización, socialización e implementación del manual de identidad institucional del concejo municipal de san jerónimo de montería, de conformidad con los lineamientos normativos vigentes aplicables a la gestión pública:

ÍTEM	FASE / ACTIVIDAD ORGANIZADA	DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ALCANCE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
1	Diagnóstico, conceptualización y arquitectura del Manual de Identidad Institucional	Revisión de los elementos actuales de identidad institucional, definición del enfoque gráfico y comunicacional, estructuración del contenido base del manual, incluyendo introducción, objetivos, alcance, justificación, base legal, terminología, definiciones y criterios generales de uso de la marca institucional.	Jornada técnica	1
2	Diseño técnico de los elementos gráficos principales de la identidad institucional	Desarrollo y organización de los componentes visuales esenciales del manual, incluyendo símbolo, logotipo, versiones permitidas, área de reserva, retícula de construcción, métrica del logotipo, ampliaciones, reducciones, usos correctos e incorrectos, paleta cromática institucional, especificaciones técnicas del color y tipografías institucionales.	Jornada técnica	1
3	Aplicación de la identidad institucional en papelería, archivo y material administrativo	Adaptación de la identidad visual a piezas de uso administrativo e institucional, tales como hojas membrete, sobres, carpetas, tarjetas, carnés, formatos internos, señalética básica, papelería institucional y demás elementos de comunicación física requeridos para la operación administrativa del Concejo.	Jornada técnica	1
4	Aplicación de la identidad institucional en material promocional y dotación institucional	Diseño de lineamientos y piezas modelo para material POP y elementos de identificación institucional, incluyendo mugs, esferos, gorras, chalecos, uniformes, folletos, volantes, afiches, pendones, carpas y demás elementos promocionales o de visibilidad institucional.	Jornada técnica	1
5	Aplicación de la identidad institucional en formatos de gran escala y comunicación exterior	Diseño y adaptación de la identidad visual a piezas de gran formato, incluyendo backing, pasacalles, murales, vallas, señalética externa y formatos de referencia en dimensiones como 12x4 metros y 8x4 metros, definiendo criterios de proporción, legibilidad, composición y uso institucional.	Jornada técnica	1

6	Aplicación de la identidad institucional en medios digitales y redes sociales	Implementación gráfica del manual en entornos digitales, incluyendo firma digital institucional, plantillas para publicaciones, historias y piezas informativas en Facebook, Instagram, X, WhatsApp, portada de página web, imagen de perfil, banners digitales y lineamientos básicos de comunicación visual digital.	Jornada técnica	1
7	Desarrollo de normas de uso, convivencia de marca y cobranding institucional	Elaboración de lineamientos para el uso correcto de la marca institucional, restricciones de aplicación, usos no permitidos, convivencia gráfica con la Marca Ciudad, entidades públicas, empresas privadas, convenios, aliados estratégicos y demás esquemas de cobranding institucional.	Jornada técnica	1
8	Desarrollo de identidad audiovisual institucional	Creación de lineamientos para la identidad audiovisual, incluyendo propuesta de cortina sonora, cortina de video, cierres institucionales, criterios de uso en redes sociales, radio, perifoneo, videos institucionales y demás medios de comunicación audiovisual del Concejo.	Jornada técnica	1
9	Socialización, validación y entrega final del Manual de Identidad Institucional	Presentación del manual ante el personal designado por el Concejo Municipal de Montería, desarrollo de jornada de socialización, recepción de observaciones, ajustes finales, validación del documento y entrega de anexos, piezas modelo y archivos finales correspondientes.	Jornada de socialización y cierre	1

3. Regulatorio

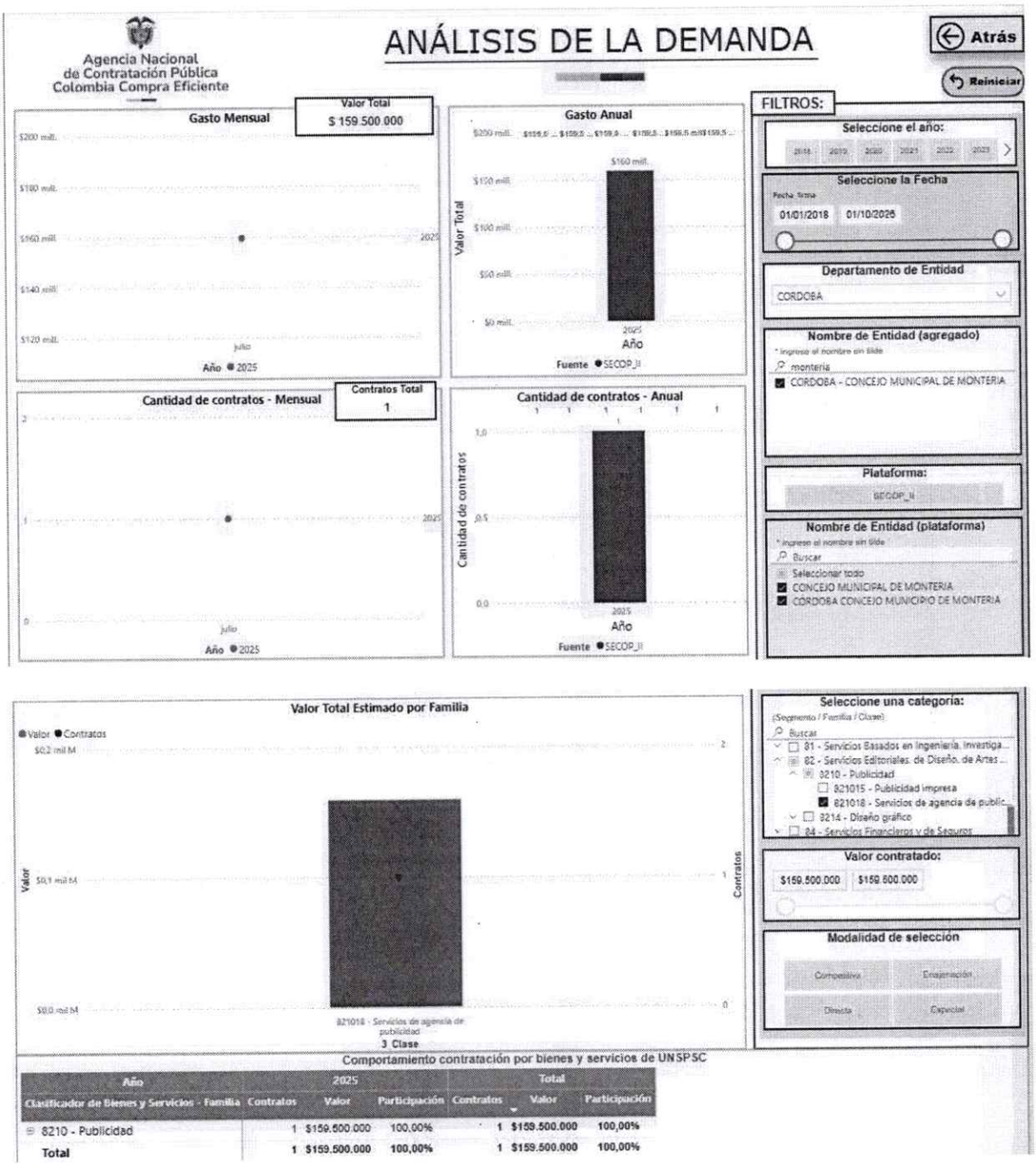
Numeral 2 del Artículo 2.2.1.1.2.1.5.1. Decreto 1082 de 2015 modificado por el artículo 2 del Decreto1860 de 2021

B. MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO

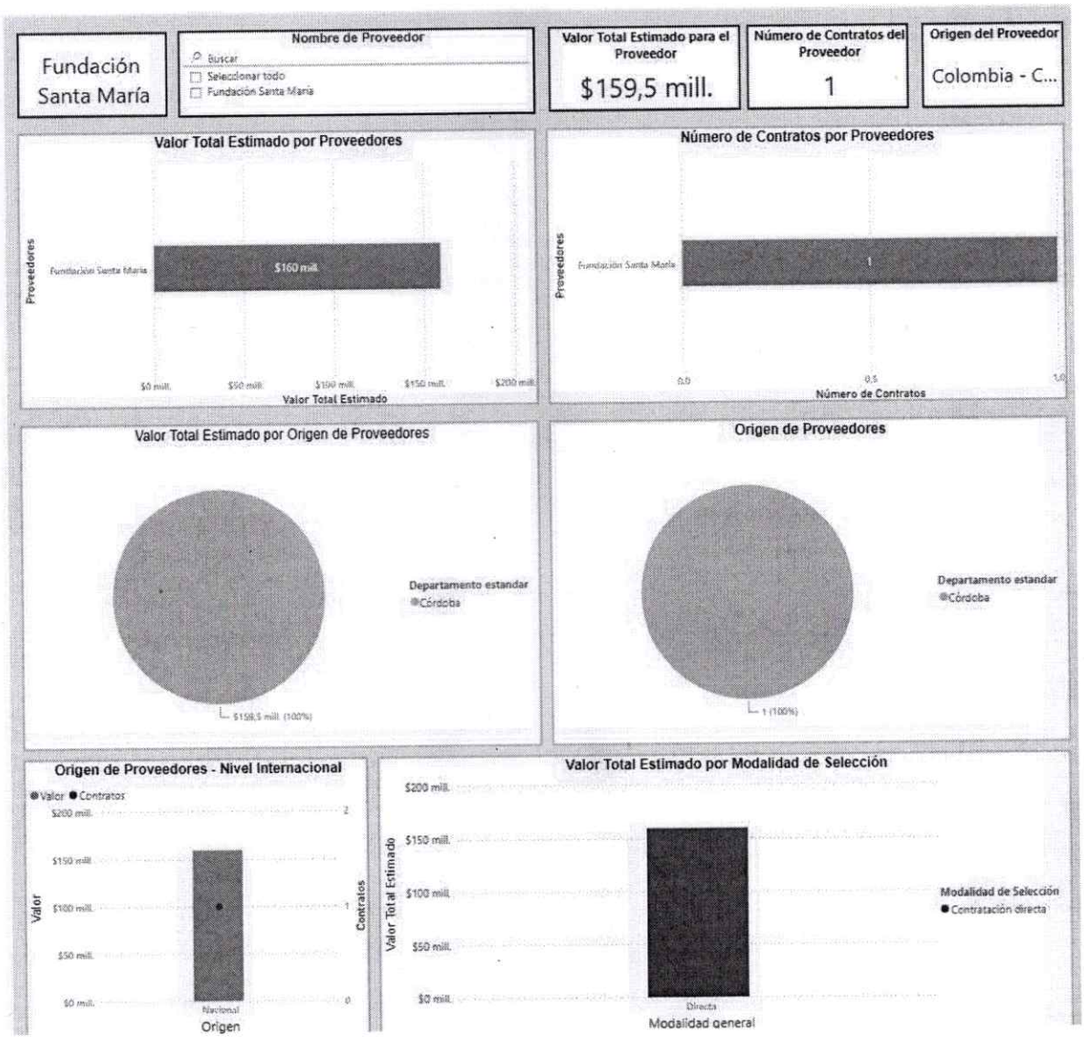
El Concejo de Montería implementa el Análisis de Datos de Compra Pública, El Modelo de Abastecimiento Estratégico V.3, desarrollado por la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, busca mejorar las buenas prácticas en la planeación y gestión de los procesos contractuales 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.

Herramienta de Visualización para el Análisis de la Demanda

La Agencia Nacional de Contratación – Colombia Compra Eficiente pone a disposición de las entidades estatales, la herramienta de visualización para el Análisis de Demanda, la cual permite de manera integral visualizar el comportamiento de compras histórico de la entidad. Esta herramienta consolida la información que reposa en el SECOP (I, II y TVEC), presenta de manera organizada y estructurada datos históricos relacionados con las compras de la entidad. Es una herramienta dinámica que permite realizar filtros y búsquedas para hacer más robustos los análisis correspondientes.



Año	2025			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8210 - Publicidad	1	$159.500.000	100,00%	1	$159.500.000	100,00%
Total	1	$159.500.000	100,00%	1	$159.500.000	100,00%



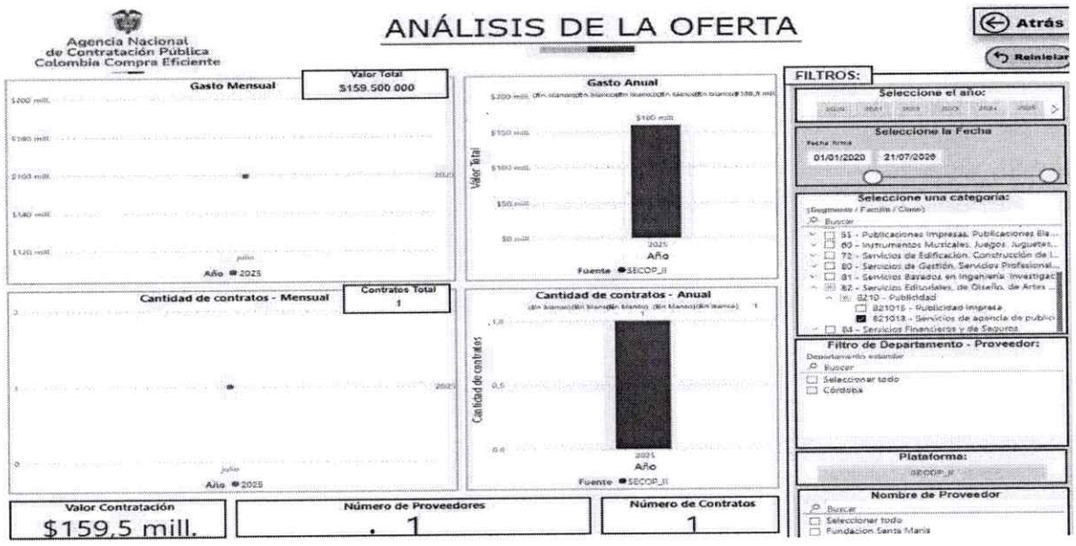
De acuerdo con el artículo 3 de la Ley 1712 de 2014, sobre el principio de calidad de la información, las Entidades Estatales son responsables de la oportunidad, objetividad y veracidad de la información que publican.

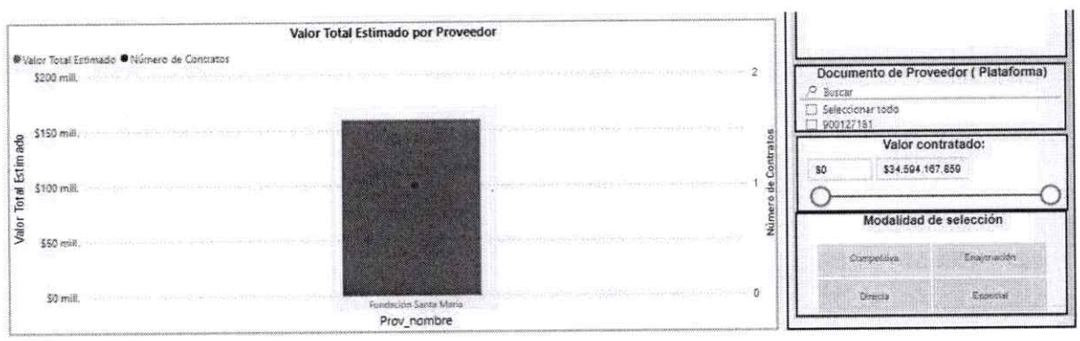
La Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente no es responsable por la información publicada en el SECOP. Si requiere información o Documentos del Proceso debe solicitarlos a la Entidad Estatal que adelantó el Proceso de Contratación respectivo.

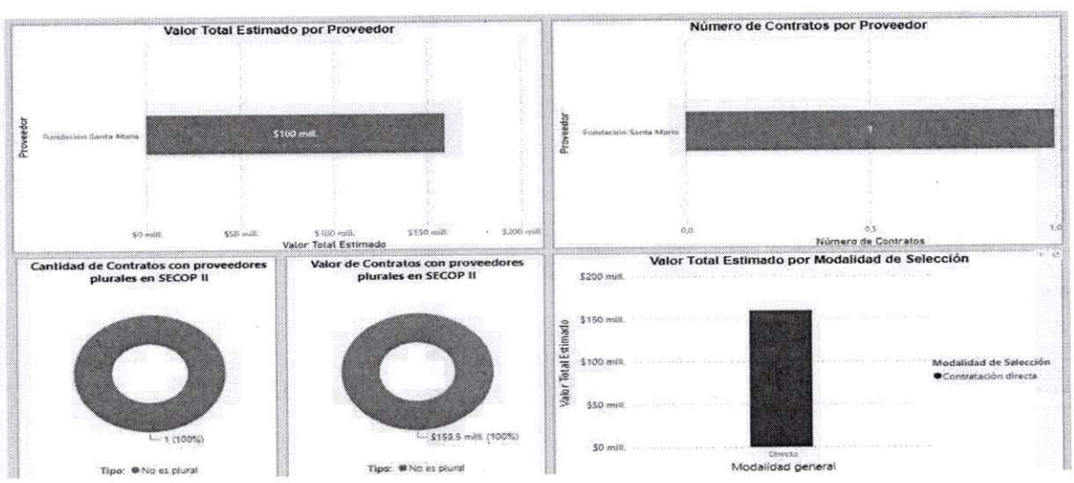
AGENCIA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA - COLOMBIA COMPRA EFICIENTE -
Subdirección de Estudios de Mercado y Abastecimiento Estratégico (EMAE)
https://www.colombiacompra.gov.co/ informacion.emae@colombiacompra.gov.co
Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente

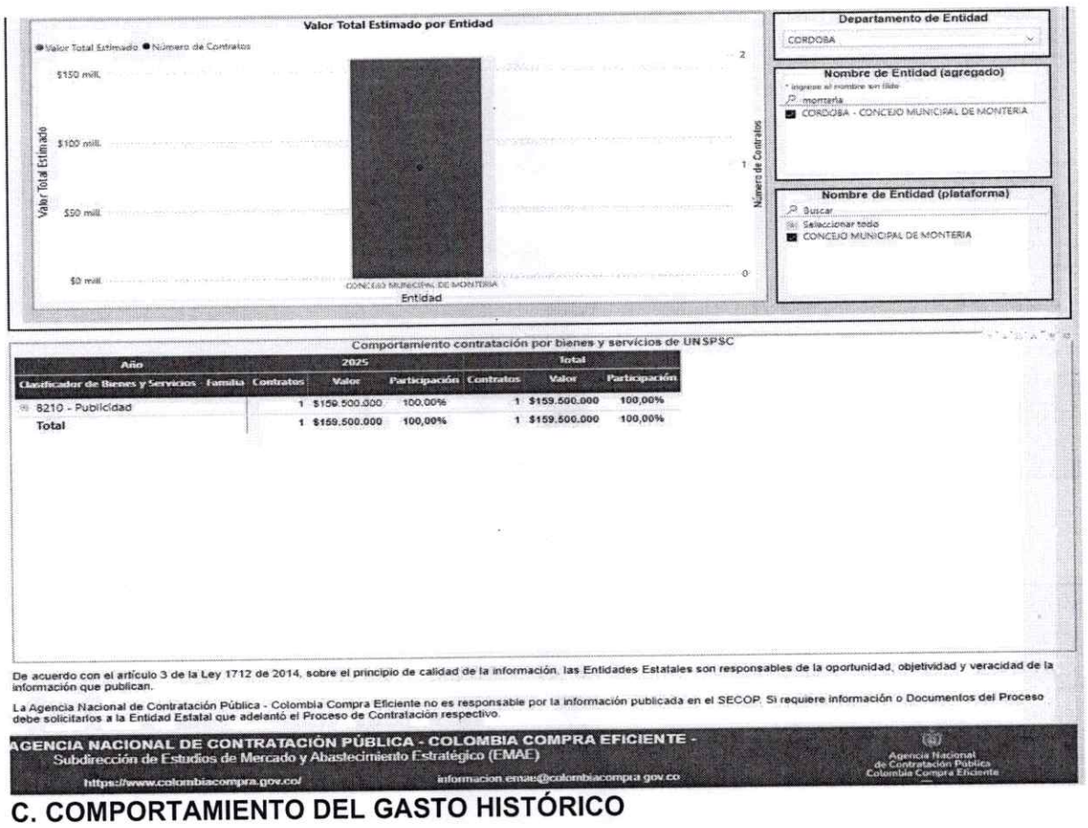
Herramienta de Visualización para el Análisis de la Oferta

La Agencia Nacional de Contratación – Colombia Compra Eficiente pone a disposición de las entidades estatales, la herramienta de visualización para el Análisis de la Oferta, la cual permite de manera integral visualizar el comportamiento de compras histórico de la entidad. Esta herramienta consolida la información que reposa en el SECOP (I, II y TVEC), presenta de manera organizada y estructurada datos históricos relacionados con las compras de la entidad. Es una herramienta dinámica que permite realizar filtros y búsquedas para hacer más robustos los análisis correspondientes.


ANÁLISIS DE LA OFERTA
Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente
Atrás
Reiniciar
Gasto Mensual
Valor Total $159.500.000
Gasto Anual
Cantidad de contratos - Mensual
Contratos Total 1
Cantidad de contratos - Anual
FILTROS:
Seleccione el año:
Seleccione la Fecha
01/01/2020
21/07/2026
Seleccione una categoría:
Filtro de Departamento - Proveedor:
Plataforma:
Nombre de Proveedor
Valor Contratación $159,5 mill.
Número de Proveedores 1
Número de Contratos 1


Valor Total Estimado por Proveedor
Valor Total Estimado
Número de Contratos
Prov_nombre
Documento de Proveedor (Plataforma)
Valor contratado:
$0
$34.594.167.850
Modalidad de selección
Competitiva
Enajenación
Directa
Especial

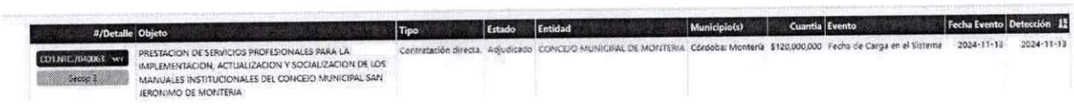

Valor Total Estimado por Proveedor
Número de Contratos por Proveedor
Cantidad de Contratos con proveedores plurales en SECOP II
Valor de Contratos con proveedores plurales en SECOP II
Valor Total Estimado por Modalidad de Selección
Modalidad de Selección
Contratación directa
Modalidad general



C. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

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

De conformidad a lo establecido en el manual para el Análisis del sector, se realiza el correspondiente análisis del comportamiento de los procesos de contrataciones anteriores en el Concejo de Montería.



#/Detalle	Objeto	Tipo	Estado	Entidad	Municipio(s)	Cuantía	Evento	Fecha Evento	Detección
CD1.NIC./840063 ver Secop 2	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA LA IMPLEMENTACION, ACTUALIZACION Y SOCIALIZACION DE LOS MANUALES INSTITUCIONALES DEL CONCEJO MUNICIPAL SAN JERONIMO DE MONTERIA	Contratación directa.	Adjudicado	CONCEJO MUNICIPAL DE MONTERIA	Córdoba: Montería	$120,000,000	Fecha de Carga en el Sistema	2024-11-13	2024-11-13

2. ¿Cómo adquieren otras Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

Al revisar los archivos históricos del SECOP en https://www.contratos.gov.co/consultas/resultadoListadoProcesos.jsp#, se observan contrataciones con similitud o igualdad en el objeto del presente estudio del sector.

#/Detalle	Objeto	Tipo	Estado	Entidad	Municipio(s)	Cuantia	Evento	Fecha Evento	Detección
Reciente! ver Secop 2	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA REALIZAR EL SEGUIMIENTO A LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS MANUALES DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS, FINANCIEROS Y DE GESTIÓN EN LA GOBERNACIÓN DEL CHOCÓ Y LOS MUNICIPIOS DE QUIBDÓ, RÍO QUITO, ISTMINA Y BOJAYÁ, CONSTRUIDOS PARTICIPATIVAMENTE POR EL PROYECTO DE DESARROLLO TERRITORIAL, CON EL FIN DE IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE MEJORA, OPTIMIZAR LA GESTIÓN PÚBLICA Y FORTALECER EL CUMPLIMIENTO DE METAS INSTITUCIONALES.	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	Adjudicado	GOBERNACION DEL CHOCÓ	Chocó: Quibdó	$40,000,000	Fecha de Carga en el Sistema	2026-07-03	2026-07-03
Reciente! ver Secop 2	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES BRINDANDO ASISTENCIA TECNICA Y PROFESIONAL EN LA ELABORACION DE: MANUAL DE CONTRATACION, MANUAL DE SUPERVISION E INTERVENTORIA, MANUAL DE AUDITORIA INTERNA, MANUAL DE BAJAS Y ADQUISICIONES, MANUAL DE PRESUPUESTO, MANUAL DE POLITICAS CONTABLES, SU ADOPCION, SOCIALIZACION Y PUBLICACION PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS PUBLICOS DOMICILIARIOS DE RIONEGRO-SANTANDER.	Régimen Especial	Convocado	EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS PÚBLICOS DE RIONEGRO	Santander: Rionegro	$105,000,000	Fecha de Carga en el Sistema	2026-06-10	2026-06-11
Reciente! ver Secop 2	PRESTACION DE PROFESIONALES PARA BRINDAR APOYO Y ACOMPAÑAMIENTO EN EL PROCESO DE ELABORACION, SEGUIMIENTO, CONSOLIDACION DE LOS PLANES Y MANUALES INSTITUCIONALES EN LA ESE CENTRO DE SALUD SANTA LUCIA.	Régimen Especial	Convocado	ESE CENTRO DE SALUD SANTA LUCIA ATLÁNTICO	Atlántico: Santa Lucía	$147,000,000	Fecha de Carga en el Sistema	2026-05-16	2026-05-16
CO1.NTC.10251734 ver Secop 2	El Colegio Pablo Neruda, requiere la edición, diseño y diagramación de las agendas escolares y manuales de convivencia en formato digital (PDF, CDREL, ETC), para ser radicados en la Imprenta Distrital.	Régimen Especial	Convocado	COLEGIO PABLO NERUDA IED	Bogotá D.C.: Bogotá D.C.	$1,900,000	Fecha de Carga en el Sistema	2026-04-29	2026-04-29
CO1.NTC.10169945 ver Secop 2	Prestar servicios profesionales para la elaboración de manuales técnicos y material divulgativo, el seguimiento y acompañamiento al proceso de transferencia tecnológica, la sistematización de experiencias y la participación en espacios técnicos de seguimiento; garantizando la adecuada implementación y adopción de los protocolos definidos en el proyecto, en el marco del Convenio Interadministrativo No. 1718 de 2025.	Régimen Especial	Convocado	TOLIMA - UNIVERSIDAD DEL TOLIMA	Tolima: Ibagué	$52,000,000	Fecha de Carga en el Sistema	2026-03-30	2026-03-30

D. ESTUDIO DE LA OFERTA

1. ¿Quién puede prestar el servicio?

La guía para para la elaboración de estudio de sector, concierta qué; Concejo de Montería debe identificar los proveedores en el mercado del bien, obra o servicio, así como sus principales características como tamaño empresarial, ubicación, esquemas de producción y comportamiento financiero. Esta identificación permite determinar posibles Riesgos de colusión y también establecer el poder de negociación de los proveedores, el cual está relacionado con el número de competidores presentes en el mercado y las participaciones de cada uno en el mercado.

1. Fundación para la Atención y Prestación de Servicios Integrales del Ser Humano – Servicios Humanizar
2. Fundación Redes de Amor y Esperanza
3. Corporación Enseñanza y Desarrollo ONG-CEDA
4. Fundación Amigos del Medio Ambiente y de la Salud
5. Fundación Ilusión en Grande
6. Fundación Visión Divina del Mañana
7. Fundación Nuevos Horizontes el Sol
8. Fundación para la Salud y Tecnología
9. Fundación Beraca

E. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado permite comprender la dinámica de los precios y establecer el presupuesto oficial de la contratación. Este comprende la realización de un análisis de los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar que se registran en el mercado, los cuales pueden consultarse a través de mecanismos como: i) sondeos de mercado; ii) consulta de bases de datos especializadas; y iii) análisis de precios históricos. También involucra el análisis de las variables consideradas para calcular el presupuesto oficial o precio del contrato.

Para la elaboración del estudio de precios de mercado de algunos bienes y servicios, del presente estudio se realizó por sondeos de mercado por medio de solicitud de cotizaciones.

Se requirió a los potenciales proveedores de los bienes y servicios para que remitieran la información necesaria para determinar, entre otros aspectos el valor del servicio o del bien correspondiente. Para estos efectos, se sugirió incluir en la comunicación toda aquella información pertinente del contrato a ejecutar que permita estructurar una cotización integral y ajustada a las necesidades de la entidad, así como toda aquella información relevante que incida en el precio del bien o servicio.

El valor del presente contrato se ha estimado en la suma de **CUARENTA Y CUATRO MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA PESOS. ($44.999.850) M/CTE**, incluido todos los costos directos e indirectos.

PRESUPUESTO OFICIAL						
ÍTEM	**FASE / ACTIVIDAD ORGANIZADA**	**DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ALCANCE**	**UNIDAD DE MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
1	Diagnóstico, conceptualización y arquitectura del Manual de Identidad Institucional	Revisión de los elementos actuales de identidad institucional, definición del enfoque gráfico y comunicacional, estructuración del contenido base del manual, incluyendo introducción, objetivos, alcance, justificación, base legal, terminología, definiciones y criterios generales de uso de la marca institucional.	Jornada técnica	1	$ 5.300.000	$ 5.300.000
2	Diseño técnico de los elementos gráficos principales de la identidad institucional	Desarrollo y organización de los componentes visuales esenciales del manual, incluyendo símbolo, logotipo, versiones permitidas, área de reserva, retícula de construcción, métrica del logotipo, ampliaciones, reducciones, usos correctos e incorrectos, paleta cromática institucional, especificaciones técnicas del color y tipografías institucionales.	Jornada técnica	1	$ 4.200.000	$ 4.200.000
3	Aplicación de la identidad institucional en papelería, archivo y material administrativo	Adaptación de la identidad visual a piezas de uso administrativo e institucional, tales como hojas membrete, sobres, carpetas, tarjetas, carnés, formatos internos, señalética básica, papelería institucional y demás elementos de comunicación física requeridos para la operación administrativa del Concejo.	Jornada técnica	1	$ 3.200.000	$ 3.200.000

4	Aplicación de la identidad institucional en material promocional y dotación institucional	Diseño de lineamientos y piezas modelo para material POP y elementos de identificación institucional, incluyendo mugs, esferos, gorras, chalecos, uniformes, folletos, volantes, afiches, pendones, carpas y demás elementos promocionales o de visibilidad institucional.	Jornada técnica	1	$ 4.900.000	$ 4.900.000
5	Aplicación de la identidad institucional en formatos de gran escala y comunicación exterior	Diseño y adaptación de la identidad visual a piezas de gran formato, incluyendo backing, pasacalles, murales, vallas, señalética externa y formatos de referencia en dimensiones como 12x4 metros y 8x4 metros, definiendo criterios de proporción, legibilidad, composición y uso institucional.	Jornada técnica	1	$ 4.900.000	$ 4.900.000
6	Aplicación de la identidad institucional en medios digitales y redes sociales	Implementación gráfica del manual en entornos digitales, incluyendo firma digital institucional, plantillas para publicaciones, historias y piezas informativas en Facebook, Instagram, X, WhatsApp, portada de página web, imagen de perfil, banners digitales y lineamientos básicos de comunicación visual digital.	Jornada técnica	1	$ 3.200.000	$ 3.200.000
7	Desarrollo de normas de uso, convivencia de marca y cobranding institucional	Elaboración de lineamientos para el uso correcto de la marca institucional, restricciones de aplicación, usos no permitidos, convivencia gráfica con la Marca Ciudad, entidades públicas, empresas privadas, convenios, aliados estratégicos y demás esquemas de cobranding institucional.	Jornada técnica	1	$ 5.600.000	$ 5.600.000
8	Desarrollo de identidad audiovisual institucional	Creación de lineamientos para la identidad audiovisual, incluyendo propuesta de cortina sonora, cortina de video, cierres institucionales, criterios de uso en redes sociales, radio, perifoneo, videos institucionales y demás medios de comunicación audiovisual del Concejo.	Jornada técnica	1	$ 3.257.500	$ 3.257.500
9	Socialización, validación y entrega final del Manual de Identidad Institucional	Presentación del manual ante el personal designado por el Concejo Municipal de Montería, desarrollo de jornada de socialización, recepción de observaciones, ajustes finales, validación del	Jornada de socialización y cierre	1	$ 3.257.500	$ 3.257.500

		documento y entrega de anexos, piezas modelo y archivos finales correspondientes.				
					SUBTOTAL	$ 37.815.000
					IVA 19%	$ 7.184.850
					TOTAL	$ 44.999.850

F. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE SECTOR

Precios del mercado

El valor estimado para esta contratación se soporta en cotizaciones de mercado las cuales se anexan y hacen parte integral del presente estudio previo. Para obtener el valor, empresas presentaron listados de precios unitarios; una vez verificados y clasificados dichos valores se tomó el menor valor, teniendo en cuenta que se cumpliera con las condiciones técnicas mínimas exigidas por la entidad. La definición de los factores de verificación y costos del proyecto, se relacionan con la magnitud de la adquisición, dando cumplimiento a los preceptos, de transparencia, economía, celeridad, responsabilidad, buena fe, contemplados en la ley 80 de 1993. Teniendo en cuenta lo dispuesto en el Decreto 1082 del 26 de mayo de 2015 y la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector emitida por Colombia Compra Eficiente Versión: V2 Fecha: 15/08/2025, se procedió a realizar un análisis del valor estimado del contrato y justificación de este.

El valor estimado para esta contratación se ha establecido con base a las cotizaciones de mercado, las cuales se anexan y hacen parte integral del presente estudio previo.

Justificación para la definición de los precios de referencia.

Para el cálculo del valor estimado del contrato de los productos y servicios del objeto del presente proyecto, se tuvo en cuenta precios por medio de sondeo de mercado, este mecanismo permite obtener información de potenciales proveedores sobre un determinado bien o servicio. Con los datos obtenidos la Entidad determina, entre otros aspectos, el costo de un bien o servicio por medio de la solicitud de cotizaciones.

						MAS ECONOMICA			
PRESUPUESTO OFICIAL						COTIZACION 1. MANDATO EMPRESARIAL & ASOCIADOS S.A.S		COTIZACION 2. FOMENTO EMPRESARIAL	
ÍTEM	FASE / ACTIVIDAD ORGANIZADA	DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL ALCANCE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL

1	Diagnóstico, conceptualización y arquitectura del Manual de Identidad Institucional	Revisión de los elementos actuales de identidad institucional, definición del enfoque gráfico y comunicacional, estructuración del contenido base del manual, incluyendo introducción, objetivos, alcance, justificación, base legal, terminología, definiciones y criterios generales de uso de la marca institucional.	Jornada técnica	1		$ 5.300.000	$ 5.300.000	$ 5.724.000	$ 5.724.000
2	Diseño técnico de los elementos gráficos principales de la identidad institucional	Desarrollo y organización de los componentes visuales esenciales del manual, incluyendo símbolo, logotipo, versiones permitidas, área de reserva, retícula de construcción, métrica del logotipo, ampliaciones, reducciones, usos correctos e incorrectos, paleta cromática institucional, especificaciones técnicas del color y tipografías institucionales.	Jornada técnica	1		$ 4.200.000	$ 4.200.000	$ 4.536.000	$ 4.536.000
3	Aplicación de la identidad institucional en papelería, archivo y material administrativo	Adaptación de la identidad visual a piezas de uso administrativo e institucional, tales como hojas membrete, sobres, carpetas, tarjetas, carnés, formatos internos, señalética básica, papelería institucional y demás elementos de comunicación física requeridos para la operación administrativa del Concejo.	Jornada técnica	1		$ 3.200.000	$ 3.200.000	$ 3.456.000	$ 3.456.000
4	Aplicación de la identidad institucional en material promocional y dotación institucional	Diseño de lineamientos y piezas modelo para material POP y elementos de identificación institucional, incluyendo mugs, esferos, gorras, chalecos, uniformes, folletos, volantes, afiches, pendones,	Jornada técnica	1		$ 4.900.000	$ 4.900.000	$ 5.292.000	$ 5.292.000

		carpas y demás elementos promocionales o de visibilidad institucional.							
5	Aplicación de la identidad institucional en formatos de gran escala y comunicación exterior	Diseño y adaptación de la identidad visual a piezas de gran formato, incluyendo backing, pasacalles, murales, vallas, señalética externa y formatos de referencia en dimensiones como 12x4 metros y 8x4 metros, definiendo criterios de proporción, legibilidad, composición y uso institucional.	Jornada técnica	1		$ 4.900.000	$ 4.900.000	$ 5.292.000	$ 5.292.000
6	Aplicación de la identidad institucional en medios digitales y redes sociales	Implementación gráfica del manual en entornos digitales, incluyendo firma digital institucional, plantillas para publicaciones, historias y piezas informativas en Facebook, Instagram, X, WhatsApp, portada de página web, imagen de perfil, banners digitales y lineamientos básicos de comunicación visual digital.	Jornada técnica	1		$ 3.200.000	$ 3.200.000	$ 3.456.000	$ 3.456.000
7	Desarrollo de normas de uso, convivencia de marca y cobranding institucional	Elaboración de lineamientos para el uso correcto de la marca institucional, restricciones de aplicación, usos no permitidos, convivencia gráfica con la Marca Ciudad, entidades públicas, empresas privadas, convenios, aliados estratégicos y demás esquemas de cobranding institucional.	Jornada técnica	1		$ 5.600.000	$ 5.600.000	$ 6.048.000	$ 6.048.000

8	Desarrollo de identidad audiovisual institucional	Creación de lineamientos para la identidad audiovisual, incluyendo propuesta de cortina sonora, cortina de video, cierres institucionales, criterios de uso en redes sociales, radio, perifoneo, videos institucionales y demás medios de comunicación audiovisual del Concejo.	Jornada técnica	1		$ 3.257.500	$ 3.257.500	$ 3.518.100	$ 3.518.100
9	Socialización, validación y entrega final del Manual de Identidad Institucional	Presentación del manual ante el personal designado por el Concejo Municipal de Montería, desarrollo de jornada de socialización, recepción de observaciones, ajustes finales, validación del documento y entrega de anexos, piezas modelo y archivos finales correspondientes.	Jornada de socialización y cierre	1		$ 3.257.500	$ 3.257.500	$ 3.518.100	$ 3.518.100
					SUBTOTAL	SUBTOTAL	**$ 37.815.000**	SUBTOTAL	**$ 40.840.200**
					IVA 19%	IVA 19%	**$ 7.184.850**	IVA 19%	**$ 7.759.638**
					TOTAL	TOTAL	**$ 44.999.850**	TOTAL	**$ 48.599.838**

Definición del presupuesto oficial

El valor del presente contrato se ha estimado en la suma de **CUARENTA Y CUATRO MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA PESOS. ($44.999.850) M/CTE** incluido todos los costos directos e indirectos.

Identificación de las modalidades de selección utilizadas por las Entidades para la adquisición de un bien o servicio

El procedimiento para establecer la mínima cuantía numeral 5 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, que fue modificado por el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011, y demás normas concordantes.

Atendiendo la cuantía estimada, la cual no supera el 10% de la menor cuantía establecida para la presente vigencia, esta contratación se hará a través de la modalidad de Mínima Cuantía procedimiento establecido en la ley 80 de 1993, ley 1150 de 2007, en el artículo 94 de la ley 1474 de 2011 y el Decreto 1082 de 2015.

Identificación y justificación para la determinación de requisitos habilitantes y criterios diferenciales

Requisitos Habilitantes

Por ser un proceso de selección de mínima cuantía no aplica.

Criterios Diferenciales

La normativa del sistema de compra pública contempla la posibilidad de que las Entidades Estatales incluyan dentro de los Procesos de Contratación requisitos habilitantes diferenciales en favor de MiPymes al igual que de los emprendimientos y empresas de mujeres. Los requisitos habilitantes diferenciales deben fijarse respetando las condiciones habilitantes requeridas para el cumplimiento adecuado del contrato, en consideración a las obligaciones y alcance del contrato. Esto garantizando que MiPymes, emprendimientos y empresas de mujeres, se beneficien con el establecimiento de condiciones más exigentes para los proponentes que concurran al procedimiento de selección y no ostenten las referidas calidades.

Las condiciones habilitantes diferenciales que se establezcan deben estar relacionadas con alguno de los siguientes aspectos:

i. Tiempo de experiencia.

ii. Número de contratos para la acreditación de la experiencia

iii. Índices de capacidad financiera

iv. Índices de capacidad organizacional

v. Valor de la garantía de seriedad de la oferta.

Determinación de criterios habilitantes diferenciales para emprendimientos y empresas de personas con discapacidad.

Las condiciones habilitantes diferenciales que se establezcan deben estar relacionadas con alguno de los siguientes aspectos:

i. Tiempo de experiencia.

ii. Número de contratos para la acreditación de la experiencia

iii. Índices de capacidad financiera

iv. Índices de capacidad organizacional

v. Valor de la garantía de seriedad de la oferta.

Consideraciones en la compra de alimentos para el abastecimiento y para suministro de productos de origen agropecuario

Las entidades públicas del nivel nacional, departamental, distrital, municipal, sociedades de economía mixta, y entidades privadas que manejen recursos públicos y operen en el territorio nacional, que demanden de forma directa o a través de interpuesta persona, alimentos para el abastecimiento y para suministro de productos de origen agropecuario, deberán cumplir con las disposiciones que establece la Ley 2046 de 2020, sobre porcentaje mínimo de compra y puntajes adicionales a requerir en este tipo de procesos.

Igualmente, según les aplique, deberán establecer lo referente a puntajes adicionales (obligatorios y facultativos), así como requisitos adicionales, que establece el Decreto 248 de 2021 que reglamentó dicha Ley. No es aplicable para el presente proceso, no hay compra de alimentos de origen agrícola.

Consideraciones para la determinación de criterios ambientales y sociales

Las compras públicas sostenibles y socialmente responsables implican un proceso mediante el cual las entidades estatales satisfacen sus necesidades de bienes, obras y servicios, al tiempo que contribuyen a la protección del medio ambiente, la reducción del consumo de recursos no renovables, la inclusión y la justicia social. Esto incluye la consideración activa de criterios que promuevan la equidad de género, la inclusión de poblaciones vulnerables, y el fomento de la economía popular y solidaria, asegurando que los beneficios de la contratación pública se distribuyan de manera más equitativa. El presente proyecto en cada una de las acciones desarrolladas en la gestión contractual propende por el respeto, protección y garantía de los derechos humanos. Minimiza el uso de los recursos naturales, la generación de residuos y la emisión de contaminantes durante el ciclo de vida del bien, obra o servicio, con el objetivo de evitar riesgos para la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras. Procura la contratación de bienes, obras y servicios que generen el menor impacto ambiental posible a lo largo de todo su ciclo de vida, o que generen un impacto ambiental positivo mediante su proceso de producción.

El Concejo de Montería debe adjudicar el Proceso de Contratación al proponente que cumpla con todos los requisitos exigidos en los documentos del proceso y que ofrezca el mejor valor por el dinero de la oferta económica. Teniendo en cuenta lo anterior, se podrán incluir dentro en las especificaciones técnicas exigidas para estos procesos de selección, aspectos ambientales y sociales vinculados al objeto del contrato, garantizando no solo la selección de la oferta económica de menor valor.

Determinación de criterios por población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional (Ley 2069 de 2020)

En aplicación al Artículo 3 del Decreto 1860 de 2021, la entidad deberá indicar previo análisis, la participación de los sujetos de especial protección de que habla el artículo antes mencionado, en la ejecución del contrato. En el evento en que se determine que existen personas de especial protección constitucional que suministren estos bienes o servicios, se deberá incluir la obligación a cargo del contratista en los estudios previos y el contrato, y la obligación por parte del supervisor en el contrato.

En cumplimiento de lo anterior, y dada la naturaleza del contrato a suscribir, el cual se enmarca en un contrato Mantenimiento Preventivo y Correctivo de Aires Acondicionados, este no requiere la provisión de un bien o servicio susceptible de ser prestado por una población en particularidad, dado que el presupuesto será utilizado en un porcentaje del 100% en *PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA EL DISEÑO, ELABORACIÓN, ACTUALIZACIÓN, SOCIALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONA*, razón por la cual, la dependencia estructuradora considera que no es pertinente y necesario la vinculación del 5% de mano de obra tanto calificada como no calificada, por parte de población bien sea de extrema pobreza, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación u otro sujeto de especial protección constitucional tales como: adultos

mayores, madres cabeza de hogar, personas en condición de discapacidad, miembros de comunidades indígena o afrocolombiana, entre otros.

Teniendo en cuenta que el Valor del presupuesto oficial del presente proceso de selección no es superior al umbral establecido de ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US $125.000), es decir:

En reciente comunicación, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo anunció el valor en pesos del umbral para que los procesos de contratación puedan ser susceptibles de ser limitados a MiPymes en 2026, así: COP: $511.708.497.

En este sentido, este monto deberá ser tenido en cuenta por las entidades estatales cuando se pretenda limitar un proceso de selección a MiPymes colombianas, lo cual procederá siempre que se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 2.2.1.2.4.2.2 del Decreto 1082 de 2015, es decir, que el valor del proceso sea menor a US$125.000 (COP $511.708.497)

UMBRAL DE MIPYMES
Umbral PYMES US$ 125.000
Umbral PYMES en pesos $511.708.497, vigencia año 2026.
Valor del presupuesto oficial del proceso: $ 44.999.850

El presente proceso de selección es susceptible para ser limitado a MIPYMES por la cuantía.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 34 de la ley 2069 de 2020 y el artículo quinto del decreto 1860 de 2021, por medio del cual se modifica la subsección 2 de la sección 4 del capítulo 2 del título 1 de la parte 2 del libro 2 del decreto 1082 de 2015, el proceso de contratación de la referencia es susceptible de ser limitado a MiPymes, toda vez que el valor del proceso de contratación es inferior a CIENTO VEINTICINCO MIL DÓLARES (US$125.000).

GIAN XAVIER BERRÍO CÁRCAMO
PRESIDENTE Concejo Municipal de Montería

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Firma: **Kendra Luz Cogollo Peralta**Contratista Apoyo A Gestión Contractual	Firma: **Carlos Andres Sanchez Peña, RPT legal de STATELAW PARTNERS S.A.S. NIT: 902022472** Profesional especializado	Firma: **GIAN XAVIER BERRIO CARCAMO** **Presidente.**