ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

CMC-056-2026

OBJETO: "PRODUCCIÓN EDITORIAL INTEGRAL (DISEÑO, DIAGRAMACIÓN, IMPRESIÓN Y ENTREGA) DE LIBRO DE HISTORIAS SANTAFEREÑAS Y CARTILLA PEDAGÓGICA, COMO HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN DE LECTURA, MEMORIA HISTÓRICA Y APROPIACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE SANTA FE DE ANTIOQUIA."

De conformidad a lo establecido el presente estudio es elaborado en respuesta al decreto 1082 de 2015 articulo 2.2.1.1.1.6.1 el cual establece el deber de las Entidades Estatales de analizar el sector relativo al objeto del proceso de contratación que servirá como base para la elaboración de los estudios previos; La metodología a emplear es dirigida por Colombia Compra Eficiente a través del documento GUIA PARA LA ELABORACION DE ESTUDIOS DEL SECTOR.

1. ANÁLISIS DEL MERCADO:

Se deben analizar las generalidades del bien o servicio a adquirir teniendo en cuenta los entornos ambiental, económico, internacional, legal, político y tecnológico del mercado en estudio; obtener información suficiente de precios, calidad, condiciones y plazos de entrega con otros clientes de los proveedores ya sean públicos o privados.

En este aspecto, la Entidad procede a revisar los aspectos generales del servicio a contratar, analizando las siguientes perspectivas:

1.1. Aspectos generales: Técnicos, Regulatorios y Económicos del mercado

SECTORES ECONÓMICOS

La actividad económica está dividida en sectores económicos. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos.

División según la economía clásica

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes: Sector primario o sector agropecuario.

- Sector secundario o sector Industrial.
- Sector terciario o sector de servicios.
- Sector primario o agropecuario

Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la

pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.

Sector secundario o industrial

Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.

Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación: Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.

Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

Sector terciario o de servicios

Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.

Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles, pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

Aunque los sectores anteriormente indicados son aquellos que la teoría económica menciona como sectores de la economía, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización. Lo anterior da origen a los siguientes sectores económicos, los cuales son:

Sector agropecuario: Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.

Sector de servicios: Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.

Sector industrial: Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.

Sector de transporte: Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.

Sector de comercio: Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresitos, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.

Sector financiero: En este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.

Sector de la construcción: En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción, etc.

Sector minero y energético: Se incluyen en él todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; etc.).

Sector solidario: En este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.

Sector de comunicaciones: En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.).

Sector económico al cual pertenece:

El servicio de producción e impresión de piezas y suministro de materiales para la promoción y difusión se enmarca dentro del sector terciario de la economía, también denominado sector de servicios, el cual engloba todas aquellas actividades económicas orientadas a satisfacer necesidades a través de servicios intangibles, en contraste con los sectores primario y secundario, que se centran en la extracción de recursos naturales y en la transformación de materias primas, respectivamente.

Desde una perspectiva técnica, esta actividad forma parte de los servicios especializados de apoyo a las actividades de comunicación, publicidad y mercadeo, cuya finalidad principal es facilitar la promoción de productos, servicios, instituciones u organizaciones a través de medios visuales impresos y otros soportes físicos. La producción de piezas gráficas y promocionales implica procesos técnicos que pueden incluir el diseño gráfico, la diagramación, el tratamiento de imágenes, la selección de materiales, y la ejecución de impresión mediante técnicas como offset, serigrafía, impresión digital, entre otras.

Asimismo, el suministro de materiales promocionales y de difusión puede involucrar una logística de adquisición, almacenamiento y distribución de insumos como papelería corporativa, folletos, volantes, banners, empaques personalizados, souvenirs publicitarios y otros productos físicos utilizados en campañas de marketing y comunicación institucional. Estos servicios, al no crear un bien tangible para el consumo directo, sino más bien facilitar procesos comunicacionales y comerciales, se clasifican como parte del sistema económico terciario.

ASPECTOS GENERALES

Análisis del Mercado:

Sector Económico: Sector de Industrias Manufactureras y en el Subsector de Tipografías y Litografías.

Durante 2024, el mercado de servicios de producción e impresión de piezas y suministro de materiales para la promoción y difusión en Colombia experimentó una serie de transformaciones impulsadas por avances tecnológicos, cambios en las preferencias de los consumidores y una creciente conciencia ambiental.

La adopción de tecnologías innovadoras, como la impresión 3D y la integración de realidad aumentada (AR) y realidad virtual (VR), permitió a las empresas ofrecer productos más personalizados y de mayor calidad. Estas innovaciones no solo mejoraron la eficiencia en los procesos de producción, sino que también abrieron nuevas oportunidades en el diseño y la interacción con los consumidores.

Simultáneamente, la sostenibilidad se consolidó como una prioridad en la industria. Las empresas adoptaron prácticas ecológicas, utilizando materiales reciclados y tintas a base de agua, y optimizando sus procesos para reducir el impacto ambiental. Esta tendencia respondió a una demanda creciente de los consumidores por productos responsables y comprometidos con el medio ambiente.

Además, la integración de la inteligencia artificial (IA) y la automatización en los procesos de impresión optimizó los flujos de trabajo, redujo costos y mejoró la eficiencia general. Estas tecnologías permitieron un mantenimiento predictivo, control de calidad automatizado y análisis inteligente de datos, allanando el camino para una producción más eficiente y sin errores.

La impresión interactiva, mediante el uso de códigos QR, tecnología NFC y aplicaciones de realidad aumentada, facilitó la conexión entre el mundo físico y digital. Esta tendencia permitió a los consumidores acceder a contenido adicional, videos o incluso realizar compras directamente desde materiales impresos, mejorando la experiencia del cliente.

En términos de personalización, la impresión de datos variables permitió a las marcas crear materiales dirigidos y relevantes, proporcionando una experiencia más atractiva para los consumidores. Esta capacidad de personalización se convirtió en un diferenciador clave en un mercado cada vez más competitivo.

Aspectos Económicos: La actividad económica está dividida en sectores económicos y cada uno de ellos se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Para el caso particular en estudio, el objeto a contratar se encuentra incluido en el sector industrial de transformación, específicamente Industria de las artes gráficas, de alta importancia a nivel local. La cadena de la industria gráfica nacional colombiana está compuesta por: Proveedores de insumos y materiales que son papeles y tintas, por los proveedores de tecnología, por las empresas que transforman los materiales e insumos en productos gráficos impresos o digitales, por los sectores que se valen de los productos gráficos para comercializar sus mercancías y, por último, está el consumidor. Importancia del sector en el ámbito local y nacional. El subsector de litografías está ubicado dentro del sector de las artes gráficas de acuerdo con la clasificación de actividades económicas elaborada por el DANE, el cual fue ratificado por el código CIIU y posteriormente en el clasificador de bienes y servicios, así las cosas, las artes gráficas comprenden actividades de edición, impresión, servicios relacionados como artes, encuadernación y reproducción de materiales gravados. Las litografías combinan gran variedad de técnicas de impresión y manufactura, se dividen en establecimientos de pequeña, mediana y alta capacidad productiva y en su actividad industrial involucran seis etapas fundamentales como son: diseño, refilado, pre-prensa, impresión, acabado y servicios.

Existen además variadas técnicas o procesos de impresión, siendo los más usados offset o litografía, flexografía, huecograbado, serigrafía, tipografía e impresión digital. El proceso de impresión es el eje principal de la industria gráfica y sus principales productos se pueden clasificar en los siguientes grupos.

GRUPOS Y PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA GRAFICA

1	**Comercial y publicitario**	Tarjetas en blanco y de cartón, directorios telefónicos, postales, calcomanías, afiches, calendarios, almanaques,

		carteles y avisos, tarjetas plásticas, papeles impresos.
2	**Escolar y oficina**	Sobres de manila, folders, archivadores A-Z, sobre impresos, blocks, cuadernos escolares, agendas, libretas, talonarios.
3	**Formas y Valores**	Billetes de banco, bonos y títulos, papel sellado, boletería, billetes para lotería, tiquetes para transporte aéreo y terrestre, formularios, pasaportes.
4	**Editorial-Periódicas**	Periódicos, revistas
5	**Editorial-Libros**	Libros científicos y técnicos, animados, religiosos, cuadernos para dibujo, libros de arte y literatura.
6	**Editorial-Otros**	Mapas y láminas didácticas, cubiertas para libros.
7	**Juguetería y juegos de salón**	Serpentinas y confetis, naipes, juegos de salón y otros juegos de sala.
8	**Empaques Plásticos**	Películas impresas de polietileno, cloruro de polivinilo, polipropileno y bolsas impresas.
9	**Empaques plegadizos**	Cajas de cartón acanalado, estuches de cartón, cajas de cartón liso, paneles, divisiones y particiones de cartón.
10	**Etiquetas**	Etiquetas en blanco, impresas, impresos autoadhesivos de papel, tapas de papel aluminio impresas.

Estos diferentes productos del sector se agrupan en familias para evaluar los aspectos económicos, comerciales y de protección que inciden en la estructura de la cadena de valor y su participación en la industria del papel.

En la industria gráfica las familias de productos más sobresalientes son empaques de cartón y cartulina, impresos editoriales de publicaciones periódicas y libros, artículos escolares y formas comerciales.

Este sector ha tomado gran fuerza desde los años 90 cuando se logró la consolidación como líderes de oferta exportable, ya que las ventas externas de libros y demás impresos han sido ampliamente favorables, especialmente las producciones para los mercados de México, Venezuela y Ecuador. En el sector de las artes gráficas predominan las empresas pequeñas y medianas de edad media joven, muchas de ellas suelen ser empresas familiares en las cuales los trabajadores han ido aprendiendo el oficio de impresor o fotomecánica de sus antecesores o hermanos, pero con los avances tecnológicos se están exigiendo las correspondientes titulaciones para cada cargo. Debido a que las artes gráficas son un sector PYMES y que la fuente más importante de ingresos son las utilidades que genera el negocio, las inversiones suelen hacerse por medio de leasing y no con préstamos o créditos, debido a los elevados precios de la maquinaria.

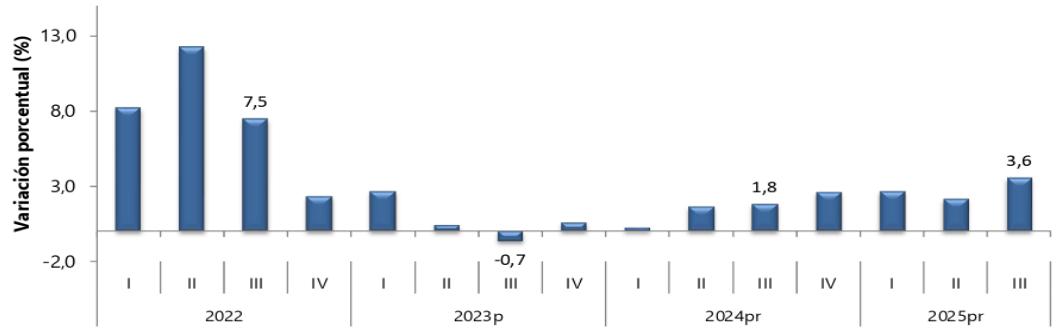
En Colombia, alrededor de 9.000 empresas de artes gráficas prestan diferentes servicios. Cuatro son las grandes categorías que le dan un orden al sector y lo dividen en empaques y etiquetas, publicidad y comercial, editorial, y periódicos y revistas. Sin embargo, para tener un mejor panorama de la industria gráfica hay que considerar que el proceso de la impresión de cualquier cosa desde una tarjeta a un libro tiene detrás una titánica cadena productiva que incluye desde las empresas que se encargan de fabricar el papel, pasando por el autor

del contenido, hasta empresas de diseño y publicidad que moldean el producto final. El sector gráfico colombiano es un sector superavitario. Desde enero de 1999 ha incrementado sostenidamente el superávit, llegando a ubicarse éste en US $118.31 millones para el año completo terminado en septiembre; lo cual significa un incremento de más de 76,9% respecto al mismo periodo del año 1998. Las cifras para el periodo correspondiente a enero a septiembre de 1999 evidencian el mismo comportamiento positivo, mostrando un superávit de US $98.52 millones, esto es, un 75.2% mayor que el superávit en el mismo periodo de 2000. Las perspectivas en el año 2006 indicaban que la economía mantendría el dinamismo de los años 2004 y 2005, sin embargo, a partir del 2007 se inició un decrecimiento, los ingresos en los años 2008 y 2009 presentaron disminuciones importantes y mucho más aún la variación del personal ocupado, ya en el año 2010 la tendencia empezó a mejorar y la producción de este sector en dicho periodo alcanzo una facturación de 9 billones de pesos, generando 46.306 empleos. En el año 2011 las exportaciones del sector gráfico tuvieron incremento en las actividades de impresión y siguen una tendencia estable con percepción favorable por parte de los empresarios y comerciantes. El objetivo de la industria de comunicación gráfica nacional a mediano plazo es convertirse en líder de Latinoamérica, actualmente Colombia ocupa el tercer lugar detrás de Brasil y México, pero se ha convertido en el primer exportador de libros del continente, sin embargo, en el mercado mundial, tomando como referente la industria gráfica estadounidense, la productividad de Colombia representa sólo el 26%.

Producto Interno Bruto -PIB:

En el tercer trimestre de 2025pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 3,6% respecto al mismo periodo de 2024pr.

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2022-I / 2025pr-III



Fuente: DANE, PIB_T
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
prpreliminar
pprovisional

PIB desde el enfoque de la producción
En el tercer trimestre de 2025pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 3,6% respecto al mismo periodo de 2024pr. 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 8,0% (contribuye 1,3 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 5,6% (contribuye 1,2 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 4,1% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).

En lo corrido del año 2025pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 2,8%. 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 5,1% (contribuye 1,0 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 4,4% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual).
- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 4,1% (contribuye 0,4 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 1,2%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 3,4%.
- Actividades financieras y de seguros crece 2,3%.
- Industrias manufactureras crece 1,5%.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2025pr

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

Fuente: DANE, PIB_T

Actividades profesionales, científicas y técnicas.

En el tercer trimestre de 2025pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 1,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 11):

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 0,7%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 1,4%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece en 0,1%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 0,1%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,1%.

Tabla 11. Actividades profesionales, científicas y tecnicas[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Tercer trimestre 2025[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2025[pr]-III / 2024[pr]-III	2025[pr] / 2024[pr]	2025[pr]-III / 2025[pr]-II
Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,7	0,9	0,1
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1,4	1,6	0,1
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	**1,1**	**1,3**	**-0,1**

Fuente: DANE,PIB_T
[Pr]preliminar
[1]Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo.
[2]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

Administración pública y defensa.
En el tercer trimestre de 2025pr, el valor agregado de la administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 8,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 12):

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria crece 9,1%.
- Educación crece 11,0%.
- Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 3,8%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de la administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece en 3,4%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria crece 1,7%.
- Educación crece 4,3%.
- Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 3,0%.

TRM – Comportamiento en noviembre de 2025

- Inicio del mes (1 de noviembre): 3 860,12 COP por USD
- Cierre del mes (30 de noviembre): 3 744,43 COP por USD
- Variación total en noviembre: −3,00 % (−115,69 COP)

- Promedio del mes (aprox.): ≈ 3 786,18 COP por USD
- Mínimo registrado: 3 716,73 COP (20 de noviembre)
- Máximo registrado: 3 872,47 COP (5 de noviembre)

Interpretación: junio de 2025 cerró con una leve depreciación del peso frente al dólar, con una caída cercana al 2 %. El rango mensual (máximo y mínimo) refleja una moderada volatilidad, con movimientos más concentrados a mediados de mes. En general, la tendencia fue ligeramente alcista para el peso, experimentando una fortaleza gradual.

Generación de empleo:

El salario mínimo para 2026, que desde ahora se llama salario vital, quedará en dos millones de pesos (incluyendo el auxilio de transporte), según lo anunció este lunes 29 de diciembre el presidente de la República, Gustavo Petro, en su alocución de fin de año.

El incremento se calculó no solo con base en variables como inflación y productividad, sino en otras que permitieron un aumento más justo y con las que se garantizarán mejores condiciones de vida para los trabajadores y sus familias.

Al respecto, el mandatario precisó: “El salario vital con auxilio de transporte, año 2026, que será el mínimo en Colombia, pero vital, es de 2 millones de pesos, con auxilio de transporte. Eso significa en porcentajes un promedio del 23,7 – 8 por ciento”.

Indicó que sin auxilio de transporte para 2026 se pasará a un salario vital familiar de 1’746.882 pesos, cifra “que implica un crecimiento respecto a este año que aún no termina de 22,7 por ciento”.

Explicó que, en términos reales, es decir, “descontando la elevación de precios de la canasta familiar y de otros bienes, el resultado que nos da, calculando hacia el año entrante, es 18,7 por ciento real”.

El Municipio de Santa Fe de Antioquia, mediante la implementación de contrataciones de prestación de servicios, se convierte en un motor clave para la generación de empleo local. Estas contrataciones no solo cumplen con la necesidad de obtener servicios especializados, sino que también contribuyen de manera significativa al desarrollo económico de la comunidad.

En resumen, las contrataciones de prestación de servicios en el Municipio de Santa Fe de Antioquia no solo satisfacen necesidades específicas, sino que también desempeñan un papel esencial en la creación y mantenimiento de empleo a nivel local, fortaleciendo así la base económica y social de la comunidad

Ahora bien, la evolución del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente ha sido la siguiente:

- **Salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV)** [4]

El salario mínimo en Colombia en 2026 se ubica en $1’746.882

TRM – Comportamiento en noviembre de 2025

- Inicio del mes (1 de noviembre): 3 860,12 COP por USD
- Cierre del mes (30 de noviembre): 3 744,43 COP por USD
- Variación total en noviembre: −3,00 % (−115,69 COP)
- Promedio del mes (aprox.): ≈ 3 786,18 COP por USD
- Mínimo registrado: 3 716,73 COP (20 de noviembre)
- Máximo registrado: 3 872,47 COP (5 de noviembre)

Interpretación: junio de 2025 cerró con una leve depreciación del peso frente al dólar, con una caída cercana al 2 %. El rango mensual (máximo y mínimo) refleja una moderada volatilidad, con movimientos más concentrados a mediados de mes. En general, la tendencia fue ligeramente alcista para el peso, experimentando una fortaleza gradual.

Generación de empleo:

El salario mínimo para 2026, que desde ahora se llama salario vital, quedará en dos millones de pesos (incluyendo el auxilio de transporte), según lo anunció este lunes 29 de diciembre el presidente de la República, Gustavo Petro, en su alocución de fin de año.

El incremento se calculó no solo con base en variables como inflación y productividad, sino en otras que permitieron un aumento más justo y con las que se garantizarán mejores condiciones de vida para los trabajadores y sus familias.

Al respecto, el mandatario precisó: “El salario vital con auxilio de transporte, año 2026, que será el mínimo en Colombia, pero vital, es de 2 millones de pesos, con auxilio de transporte. Eso significa en porcentajes un promedio del 23,7 – 8 por ciento”.
Indicó que sin auxilio de transporte para 2026 se pasará a un salario vital familiar de 1’746.882 pesos, cifra “que implica un crecimiento respecto a este año que aún no termina de 22,7 por ciento”.

Explicó que, en términos reales, es decir, “descontando la elevación de precios de la canasta familiar y de otros bienes, el resultado que nos da, calculando hacia el año entrante, es 18,7 por ciento real”.

El Municipio de Santa Fe de Antioquia, mediante la implementación de contrataciones de prestación de servicios, se convierte en un motor clave para la generación de empleo local. Estas contrataciones no solo cumplen con la necesidad de obtener servicios especializados, sino que también contribuyen de manera significativa al desarrollo económico de la comunidad.

En resumen, las contrataciones de prestación de servicios en el Municipio de Santa Fe de Antioquia no solo satisfacen necesidades específicas, sino que también desempeñan un papel esencial en la creación y mantenimiento de empleo a nivel local, fortaleciendo así la base económica y social de la comunidad

Ahora bien, la evolución del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente ha sido la siguiente:

- Salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) [4]

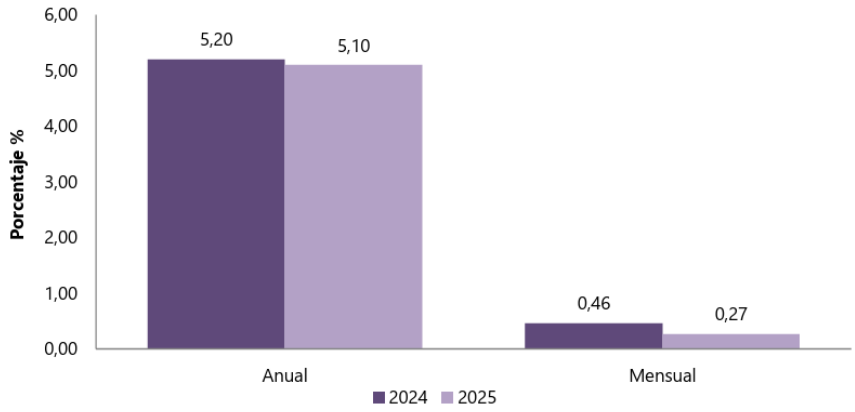
El salario mínimo en Colombia en 2026 se ubica en $1’746.882

Información diciembre 2025

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Diciembre 2025

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Diciembre 2024 - 2025



Fuente: DANE, IPC.

Comportamiento de la variación año corrido del IPC según divisiones y subclases

Variación y contribución anual por divisiones de gasto

En el mes de diciembre de 2025, el IPC registró una variación de 5,10% en comparación con diciembre de 2024. En el último año, las divisiones Restaurantes y hoteles (7,91%), Educación (7,36%), Salud (7,20%), Bebidas alcohólicas y tabaco (6,37%) y; por último, Transporte (5,35%) se ubicaron por encima del promedio nacional (5,10%). Entre tanto, las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (5,07%), Bienes y servicios diversos (4,97%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (4,76%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (3,31%), Prendas de vestir y calzado (2,12%), Recreación y cultura (1,85%) y; por último, Información y comunicación (1,22%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Cuadro 1. IPC Variación y contribución anual
Según divisiones de gasto
Diciembre 2024 - 2025

		2024		2025	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	7,87	0,85	7,91	0,87
Educación	4,41	10,62	0,41	7,36	0,30
Salud	1,71	5,54	0,09	7,20	0,12
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	5,57	0,09	6,37	0,11
Transporte	12,93	5,19	0,70	5,35	0,72
TOTAL	100,00	5,20	5,20	5,10	5,10
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	3,31	0,63	5,07	0,95
Bienes y servicios diversos	5,36	3,33	0,18	4,97	0,26
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	6,96	2,13	4,76	1,48
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,18	0,09	3,31	0,13
Prendas de vestir y calzado	3,98	2,06	0,07	2,12	0,07
Recreación y cultura	3,79	-0,21	-0,01	1,85	0,06
Información y comunicación	4,33	-0,93	-0,03	1,22	0,03

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 anual se registraron en las divisiones de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Alimentos y bebidas no alcohólicas, Restaurantes y hoteles, Transporte y Educación, las cuales en conjunto contribuyeron con 4,32 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

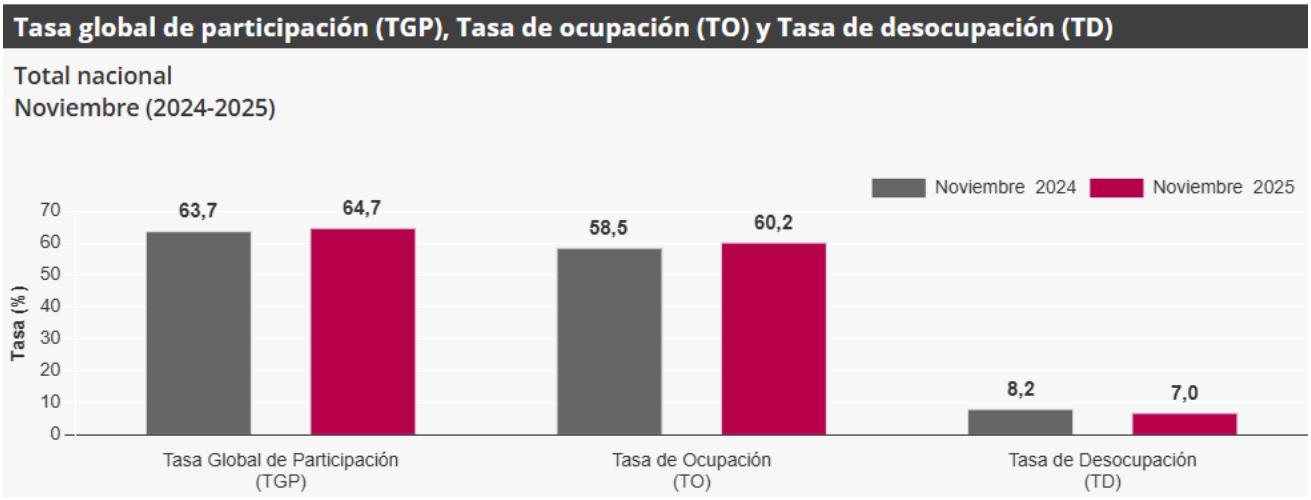
Variación anual y mensual
Total nacional
2024 - 2025 (diciembre)

IPC	Diciembre			
	Variación anual		Variación mensual	
	2024	2025	2024	2025
IPC total	5,20	**5,10**	0,46	**0,27**

Fuente: DANE, IPC

En diciembre de 2025 la variación anual del IPC fue 5,10%, y la variación mensual 0,27%.
En diciembre de 2025 la variación anual del IPC fue 5,10%, es decir, 0,10 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,20%.

El comportamiento anual del IPC total en diciembre de 2025 (5,10%) se explicó principalmente por la variación anual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Alimentos y bebidas no alcohólicas.



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

Perspectiva Comercial

En el mercado de insumos agropecuarios y fertilizantes, la adquisición de bienes y servicios sigue patrones diferenciados según se trate del sector público o privado. En las entidades públicas, la compra de fertilizantes, pesticidas, herbicidas y otros insumos agrícolas se realiza a través de procesos planificados que buscan garantizar transparencia y eficiencia. Uno de los instrumentos fundamentales es el **plan anual de adquisiciones**, que identifica las necesidades de insumos durante el año y establece las modalidades de contratación más adecuadas para cumplir con los objetivos del Estado. En este contexto, el Estado interviene como consumidor estratégico, asegurando que los productores y distribuidores privados cumplan con estándares de calidad y normativas legales, contribuyendo a la seguridad alimentaria y al desarrollo agrícola nacional.

La selección de proveedores en el sector público se realiza de manera objetiva, siguiendo los lineamientos del estatuto de contratación estatal, incluyendo la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007 y sus modificaciones posteriores. Los procesos están regidos por principios como transparencia, planeación, publicidad, debido proceso, responsabilidad y supremacía de lo sustancial sobre lo formal, garantizando que la adquisición de insumos agropecuarios sea equitativa y eficiente, desde fertilizantes hasta aditivos biológicos y productos fitosanitarios.

En el sector privado, la adquisición de insumos agropecuarios se realiza bajo lógicas empresariales orientadas a la rentabilidad y eficiencia. Las empresas pueden ser desde pequeños productores locales hasta grandes multinacionales proveedoras de fertilizantes, pesticidas y tecnología agrícola. La compra se realiza normalmente de manera directa, considerando la oferta más favorable en términos de precio y disponibilidad, así como la confiabilidad del proveedor y la calidad de los insumos. En algunos casos, especialmente para servicios de aplicación de fertilizantes o manejo de plagas, la selección se basa en la experiencia del proveedor, referencias comerciales y términos financieros favorables, sin necesidad de procesos formales de selección como los del sector público.

Perspectiva Financiera

El financiamiento del sector agropecuario y de insumos agrícolas es clave para mantener la continuidad y eficiencia de las operaciones comerciales. Los productores y distribuidores de fertilizantes y agroquímicos utilizan diversas fuentes de financiamiento para garantizar el abastecimiento, la logística y la aplicación de insumos:

- **Ahorros propios o recursos internos**, especialmente comunes entre pequeños y medianos productores.
- **Préstamos y créditos bancarios o de cooperativas de crédito**, que permiten adquirir insumos estacionales y financiar campañas de fertilización o protección de cultivos.
- **Inversión privada y capital de riesgo**, orientada a empresas en expansión que desarrollan nuevas tecnologías de fertilizantes o bioinsumos.
- **Inversión estatal**, en el caso de empresas o programas públicos de desarrollo agrícola y de seguridad alimentaria.

Asimismo, se utilizan instrumentos de financiamiento a corto plazo como líneas de crédito, pagarés o créditos comerciales con proveedores de insumos, lo que permite asegurar la disponibilidad de productos críticos en temporada de siembra o fertilización. La estabilidad financiera de los actores del mercado impacta directamente en la ejecución de los contratos, asegurando la capacidad de abastecimiento, cumplimiento de plazos y continuidad de las campañas agrícolas.

Perspectiva Organizacional

El mercado de insumos agropecuarios y fertilizantes está conformado por una diversidad de actores que operan bajo diferentes estructuras empresariales. La cadena productiva involucra desde la producción primaria de fertilizantes y bioinsumos, pasando por la distribución y comercialización hasta llegar a los agricultores y empresas agroindustriales. Cada actor cumple un rol específico: fabricantes, importadores, distribuidores mayoristas, minoristas y cooperativas agrícolas que facilitan el acceso de los insumos a zonas rurales.
La organización del sector permite el cumplimiento de contratos bajo los principios de legalidad, transparencia y eficiencia, tanto en empresas privadas como en programas públicos. La presencia de gremios, asociaciones y federaciones del sector agropecuario, como la Asociación Colombiana de Productores de Fertilizantes, facilita la coordinación, seguimiento y estandarización de procesos, así como la medición del impacto económico y productivo en el país.

Cadenas de Producción y Distribución

La cadena productiva de insumos agropecuarios y fertilizantes inicia con la **fabricación o importación de fertilizantes químicos, orgánicos y bioinsumos**, así como de pesticidas y herbicidas. Estos productos se almacenan y distribuyen a través de centros logísticos y comercializadores mayoristas, que los transportan a los minoristas, cooperativas y finalmente a los productores agrícolas.

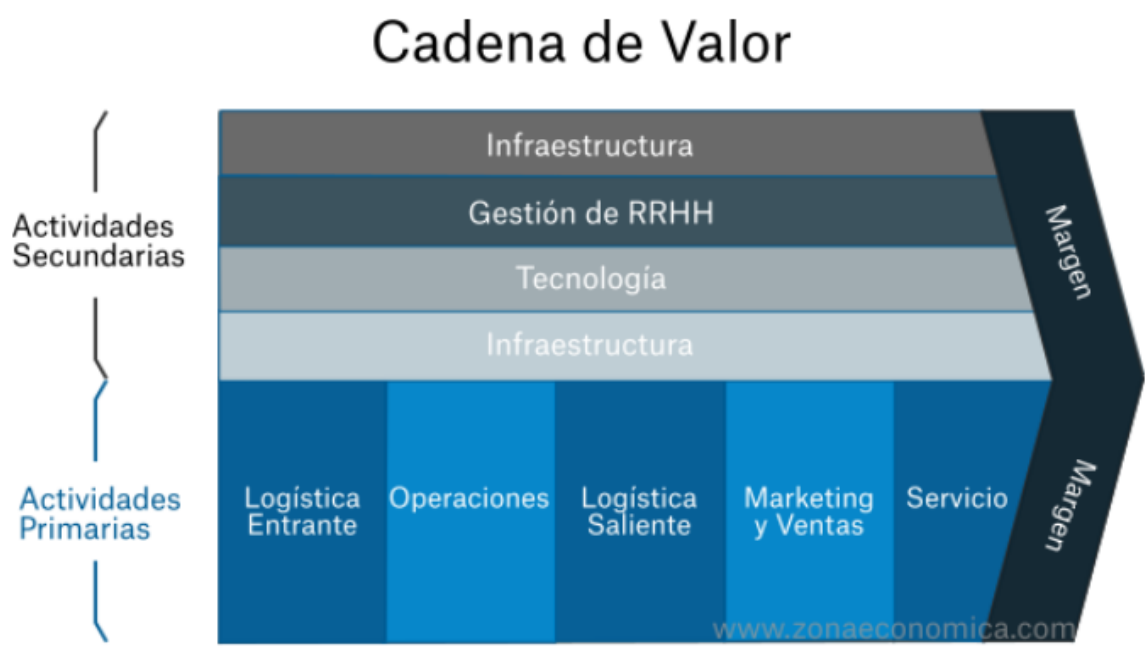
El proceso de distribución es clave, ya que asegura que los insumos lleguen a tiempo para las campañas de siembra, fertilización y protección de cultivos. La eficiencia logística impacta directamente la rentabilidad del agricultor y la fidelización con los proveedores. Los factores que generan diferenciación en el mercado incluyen la **calidad de los insumos**, la confiabilidad en la entrega, la asesoría técnica, la sostenibilidad de los productos y la capacidad de los distribuidores para adaptarse a las necesidades de cada región agrícola.

En el caso de los servicios asociados, como la asesoría técnica para la aplicación de fertilizantes o el monitoreo fitosanitario, la cadena de valor se centra en la experiencia del proveedor, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. La repetición de la compra y la fidelización de los agricultores dependen de la efectividad de los insumos y del soporte técnico ofrecido, lo que refuerza la importancia de la planificación, la transparencia y la profesionalización de todos los actores involucrados.

La Cadena de Valor Genérica

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

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



La cadena de valor se divide en dos partes:
1. Actividades Primarias: se refieren a la creación física del producto, su venta y el servicio postventa, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:
2. Actividades Secundarias: están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas 'actividades secundarias:
Toda empresa tiene actividades de valor directo, indirecto y de aseguramiento de Calidad. Los tres tipos no solo están presentes entre las actividades primarias, sino en las actividades de apoyo.
La cadena de valor no es una colección de actividades independientes, sino un sistema de actividades interdependientes. Las actividades de valor están relacionadas por eslabones dentro de la cadena de valor. Los eslabones son las relaciones entre la manera en que se desempeñe una actividad y el costo o desempeño de otra. (Arimany, 2010)

2. Análisis de la necesidad:

Los medios de comunicación son los encargados de que la información generada al interior de la administración municipal, como la difusión y socialización de políticas públicas, campañas de prevención social, ambiental, salud, derechos humanos, educación, movilidad, seguridad vial, cuidado de fauna y flora, medio ambiente, seguridad ciudadana, entre otros, llegue al público a través de la emisión de anuncios, impresión y publicaciones en general, que informan a los ciudadanos sobre los atributos y beneficios de un determinado producto o servicio, programa o actividad o que simplemente acercan a la administración con la comunidad. Dichas entregas siempre irán dirigidos al público objetivo, teniendo en cuenta que deben adaptarse a las características de cada medio

publicitario y garantizar el conocimiento y divulgación a las comunidades. El diseño de la comunicación debe plantear soluciones a la necesidad de divulgar los actos de gobierno, la gestión administrativa y a proyectar la imagen de la entidad, siendo transversal a las diferentes secretarías y dependencias que conforman la estructura organizacional del ente territorial.

La comunicación pública se refiere a cada una de las herramientas, acciones y actividades que se usan para transmitir y recibir información y, desde la administración municipal de Santa Fe de Antioquia, esta comunicación se desarrolla teniendo en cuenta conceptos como la comunicación interna y externa y los diferentes medios de comunicación necesarios para que exista un diálogo transversal y directo con la comunidad, permitiendo y garantizando que se genere una gestión administrativa de calidad en donde los ciudadanos se vean reflejados y se sientan partícipes del actual gobierno.

La contratación de espacios publicitarios en medios impresos constituye una herramienta estratégica fundamental para garantizar el derecho ciudadano a la información, fomentar la transparencia institucional y promover una participación activa de la comunidad en los procesos de desarrollo social, económico y cultural. La divulgación oportuna, clara y accesible de los acontecimientos, obras y proyectos ejecutados por entidades públicas o privadas fortalece el vínculo entre la administración y la ciudadanía, y permite consolidar una cultura de rendición de cuentas, confianza y corresponsabilidad.

Los medios impresos, tales como volantes, boletines, folletos y otras publicaciones físicas, poseen características únicas que los convierten en vehículos eficaces para la difusión de información relevante. Su alcance, permanencia y credibilidad los hacen especialmente adecuados para llegar a una amplia gama de públicos, incluyendo sectores de la población que no tienen acceso continuo a medios digitales o que prefieren formatos tradicionales por razones culturales o de edad. En este sentido, la publicidad impresa permite garantizar la inclusión informativa, asegurando que todos los ciudadanos, sin distinción de condiciones tecnológicas o socioeconómicas, puedan estar informados sobre el avance de obras públicas, programas institucionales, convocatorias, logros de gestión y otros temas de interés comunitario.

Además, la presencia de información oficial y verificada en medios impresos contribuye a contrarrestar la desinformación y los rumores, ofreciendo una fuente confiable de consulta. Esto es particularmente relevante en contextos donde la obra pública o los proyectos comunitarios generan inquietudes, expectativas o necesidades de seguimiento por parte de la población. La publicación regular de contenidos informativos permite a la ciudadanía conocer de manera detallada las etapas de ejecución de un proyecto, sus objetivos, impacto esperado, plazos, presupuestos y responsables, lo cual abre espacios para el control social y fortalece el ejercicio de una ciudadanía crítica y proactiva.

Adicionalmente, la contratación de publicidad en medios impresos cumple un papel fundamental en la promoción turística de Santa Fe de Antioquia, reconocida como uno de los Pueblos Patrimonio de Colombia por su riqueza histórica, arquitectónica y cultural. Esta distinción convierte al municipio en un destino de alto interés para el turismo nacional e internacional, lo que implica la necesidad de estrategias de difusión constantes y efectivas. La publicidad impresa permite resaltar su valor patrimonial, promover eventos culturales, religiosos y gastronómicos, e incentivar la llegada de visitantes mediante campañas informativas que lleguen tanto a públicos locales como regionales. Al invertir en este tipo de comunicación, se fortalece la identidad del municipio, se dinamiza la

economía local a través del turismo sostenible, y se posiciona a Santa Fe de Antioquia como un referente vivo de la historia y la cultura del país.

Por otro lado, desde una perspectiva institucional, la inversión en publicidad en medios impresos se traduce en una mayor visibilidad de la gestión, en la valorización del trabajo realizado y en el cumplimiento de los principios de publicidad y transparencia contemplados en las normativas legales vigentes. Esta acción también puede ser auditada, evaluada y respaldada mediante los ejemplares impresos, que constituyen un registro tangible de la difusión realizada, a diferencia de otros medios que pueden presentar limitaciones de archivo o trazabilidad.

Por lo expuesto en precedencia, se hace necesario el inicio de un procedimiento de contratación idóneo, que dé como resultado el suministro de los diferentes insumos y elementos requeridos para satisfacer la necesidad descrita.

3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

Teniendo en cuenta la recomendación dada por Colombia Compra Eficiente en el sentido de "identificar y analizar cómo han sido otros procesos de contratación realizados por otras entidades estatales, especialmente si dichos procesos de contratación se han desarrollado por entidades estatales grandes, que hacen adquisiciones por altos montos de dinero y tienen presencia a nivel nacional".

4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

Con el ánimo de identificar experiencias de contratación similares que permitan definir parámetros claves para la estructuración del presente proceso, se realizó una revisión en el sistema electrónico de contratación pública SECOP de la entidad, y se pudo establecer que el Municipio de Santa Fe de Antioquia adelantó procesos contractuales con relación con el objeto contractual actual.

NUMERO DE PROCESO Y PRESUPUESTO OFICIAL	TIPO CONTRATACION	ENTIDAD	OBJETO DEL CONTRATO
CMC-017-2022 $30.889.500	Mínima Cuantía	ANTIOQUIA – ALCALDÍA DE SANTA FE DE ANTIOQUIA	GARANTIZAR LA LEGALIDAD Y DEBIDO PROCESO EN CADA UNO DE LOS OPERATIVOS QUE EFECTUAN LOS AGENTES DE TRÁNSITO, SUMISTRANDO LOS DISEÑOS E IMPRESOS NECESARIOS PARA LA APLICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REGULATORIAS Y SANCIONATORIAS DE LA SECRETARIA DE MOVILIDAD DEL

			MUNICIPIO DE SANTA FE DE ANTIOQUIA"
CMC-001-2021 $3.959.130	Mínima Cuantía	ANTIOQUIA – ALCALDÍA DE SANTA FE DE ANTIOQUIA	GARANTIZAR LA LEGALIDAD Y DEBIDO PROCESO EN CADA UNO DE LOS OPERATIVOS QUE EFECTÚAN LOS AGENTES DE TRÁNSITO, SUMINISTRANDO LOS DISEÑOS E IMPRESOS NECESARIOS PARA LA APLICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REGULATORIAS Y SANCIONATORIAS DE LA SECRETARIA DE MOVILIDAD DEL MUNICIPIO DE SANTA FE DE ANTIOQUIA
CMC-160-2019 $3.000.0000	Mínima Cuantía	ANTIOQUIA – ALCALDÍA DE SANTA FE DE ANTIOQUIA	APOYO PUBLICITARIO PARA LA REALIZACIÓN DE CAMPAÑA DE NO USO DE PÓLVORA Y ARTEFACTOS EXPLOSIVOS EN LA TEMPORADA NAVIDEÑA
CMC-025-2024 $34.800.000	Mínima Cuantía	ANTIOQUIA – ALCALDÍA DE SANTA FE DE ANTIOQUIA	DISEÑO E IMPRESIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS PARA LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS EVENTOS CULTURALES Y CONMEMORATIVOS DE LA SEMANA MAYOR EN EL MUNICIPIO DE SANTA FE DE ANTIOQUIA

Teniendo en cuenta la recomendación dada por Colombia Compra Eficiente en el sentido de “identificar y analizar cómo han sido otros procesos de contratación realizados por otras entidades estatales, especialmente si dichos procesos de contratación se han desarrollado por entidades estatales grandes, que hacen adquisiciones por altos montos de dinero y tienen presencia a nivel nacional”.

Municipio, departamento Entidad contratante	**Modalidad de contratación**	**Objeto**	**Presupuesto de la Entidad**
ANTIOQUIA ALCALDIA	Mínima Cuantía	Servicio de impresiones digitales, tarjetas de presentación, pendones, facturas de servicios públicos, fichos escolares y de	$15.000.000

MUNICIPIO DE ENTRERRIOS **P-006-2020**		restaurante escolar, talonarios de industria y comercio, gafetes (Carnets) para los empleados de la administración Municipal de Entrerríos.	
ANTIOQUIA ALCALDIA MUNICIPIO DE BARBOSA **INVITACIÓN DE MÍNIMA CUANTÍA 010 DE 2021**	Mínima cuantía	SUMINISTRO DE FORMATOS PREIMPRESOS DE FACTURAS DEL IMPUESTO PREDIAL E IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO URBANO Y RURAL Y OTROS INGRESOS DEL MUNICIPIO DE BARBOSA.	$16.184.000
ANTIOQUIA – ALCALDIA MUNICIPIO DE TÁMESIS **SGPC-MC-014-2021**	Mínima cuantía	PRODUCCIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO E INFORMATIVO PARA LA PROMOCIÓN DE LA LEY DE TRANSPARENCIA CON IMAGEN CORPORATIVA CON EL MUNICIPIO DE TÁMESIS ANTIOQUIA	$14.790.982
ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE SAN LUIS **MC-012-2021**	Mínima cuantía	ADQUIRIR LA IMPRESIÓN DE REVISTAS, PIEZAS PUBLICITARIAS Y DEMAS ELEMENTOS NECESARIOS PARA LA DIVULGACION DE LAS ACTIVIDADES, PROGRAMAS, EVENTOS Y PROYECTOS DE LA ENTIDAD, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE DESARROLLO JUNTOS POR SAN LUIS	$22.513.900

ANÁLISIS DE LA OFERTA:

El municipio de Santa Fe de Antioquia ha realizado exhaustivas consultas y ha encontrado algunas empresas cerca del municipio que pueden ofertar lo requerido ya sea de manera individual o en forma asociativa con el fin de cumplir y poder suministrar lo requerido por la entidad.

En este grupo de establecimientos se encuentra el mercado que tradicionalmente ha atendido las necesidades del sector empresarial e institucional del Estado en la región, verificándose que han tenido suficiente experiencia acreditada mediante la ejecución de contratos similares en años anteriores, cumplimiento de tiempos de entrega y garantía comercial.

En cuanto a la oferta, encontramos en el mercado local una gran variedad de establecimientos y empresas con una amplia experiencia y trayectoria en el ofrecimiento de estos suministros, que permiten satisfacer las necesidades del sector, tales como:

Nombre	Nit / C.C	Contribuyente	Dirección	Actividad CIIU
TE PUBLICAMOS JM	8085302	JHON JAIRO LARREA	Barrio San Judas	Publicidad
LOGO CREATIVO	15405009	PINEDA HERNANDEZ WILFREDO	DIAGONAL 8 NO. (LA VIRGENCITA)	Publicidad
FACHADA PUBLICITARIA	15405527	WEIMAR EDILBERTO GONZALEZ SERNA Y/O FACHADA PUBLICITARIA	CRA 14 NO. 18-73	Publicidad
GEORGINO ALCARAZ S. FOTOGRAFIA	1022098763	LAURA CRISTINA CARDONA BRAND	CALLE 10 NO. 14-72	Publicidad
GEORGINO ALCARAZ FOTOGRAFIA	1022097487	ELIZABETH LORENA CANO ACEVEDO	CLL 16 Nº 16-20	Publicidad
MONOGRAFICO ESTUDIO DE DISEÑO	1022095403	AIRTON DURANGO BENITEZ	AV 18 Nº 12-170	Publicidad
VILLA IMPRESOS SANTAFE	1000105021	SERGIO ANDRES VILLA SERNA	CALLE 13 LA VARIANTE ENTRE CRA 4 Y 5	Publicidad
THIACO S.A.S. ZOMAC	901529879	THIACO S.A.S. ZOMAC	CALLE 10 CRA 9 PARQUE	Publicidad
NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE S.A.S	900522641	NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE S.A.S	CRA 81 N° 42C-09 MEDELLIN	Publicidad
MASTER PRINT DIGITAL	15374355	JOSE URIEL PEREZ QUIROZ	CLL 11 Nº 4-37	Actividades de impresión
LEÓN CORREA SHAHARIK	1023623667	SHAHARIK LEON CORREA	CARRERA 15 N 12 61	Actividades de servicios relacionados con la impresión
SOLUCIONES ADMINISTRATIVAS DE TRANSITO Y TRANSPORTE S.A.S	900237013	SOLUCIONES ADMINISTRATIVAS DE TRANSITO Y TRANSPORTE S.A.S	MALL EL PASO LOCAL 103	Actividades de impresión

PERSPECTIVA DE RIESGOS: El riesgo contractual en general son aquellas circunstancias que pueden presentarse durante el desarrollo o ejecución del contrato y que pueden alterar el equilibrio financiero del mismo.

El Decreto 1082 de 2015, define riesgo como un evento que puede generar efectos adversos y de distinta magnitud en el logro de los objetivos del Proceso de Contratación o en la ejecución de un contrato. También, el Decreto 1082 de 2015, establece que la Entidad Estatal debe evaluar el Riesgo que el Proceso de Contratación representa para el cumplimiento de sus metas y objetivos, de acuerdo con los manuales y guías que para el efecto expida Colombia Compra Eficiente.

CALCULO DEL PRESUPUESTO OFICIAL:

Los precios del mercado fueron determinados tomando en consideración las solicitudes de cotización para cada uno de los elementos requeridos. El cálculo se llevó a cabo utilizando los valores contenidos en dichas cotizaciones, y se optó por tomar el promedio de estos valores para el estudio presente:

				COTIZACIÓN 1		COTIZACIÓN 2	PONDERACIÓN	
Ítem	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	TOTAL				
1	**Cartilla** Diseño y diagramación integral del libro.Título: "Historias Santafereñas", Formato: 16 cm x 22 cm,31 páginas a color y el resto de páginas a una tinta, de acuerdo con el contenido definitivo aprobado por la entidad, Portada y contraportada en Propalcote de 300 g, impresión 4x0 tintas y laminado, Solapas de 7 cm.Impresión y acabados editoriales.	$3000	$3.000	$9.000.000	$3.000	$9.000.000	$3.000	$9.000.000
2	**LIBRO MEMORIAS Y ANÉCDOTAS DE SANTA FE DE ANTIOQUIA** Diseño y diagramación integral del libro.Título: "Historias Santafereñas", Formato: 16 cm x 22 cm, 31 páginas a color y el resto de páginas a una tinta, de acuerdo con el contenido definitivo aprobado por la entidad., Portada y contraportada en Propalcote de 300 g, impresión 4x0 tintas y laminado, Solapas de 7 cm, Impresión y acabados editoriales.	90	100.000	9.000.000	100.000	9.000.000	$100.000	$9.000.000