



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

G. OFERTAS ARTIFICIALMENTE BAJAS





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.

La Gobernación de cordoba 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 SERVICIO PARA IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN EN SALUD DE LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN, ORIENTADA A FORTALECER LA GOBERNANZA EN SALUD PÚBLICA Y EL ABORDAJE INTEGRAL DE LOS DETERMINANTES SOCIALES DE LA SALUD EN EL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA."

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:

CÓDIGO UNSPSC	GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
82101500	(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(10) Publicidad	(15) Publicidad impresa
82101600	(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(10) Publicidad	(16) Publicidad difundida
82101800	(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(10) Publicidad	(18) Servicios de agencia de publicidad
82141500	(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(14) Diseño grafico	(15) Servicios de diseño artístico
82131600	(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(13) Servicios fotográficos	(16) Fotógrafos y cinematógrafos

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 país¹:

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

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/>





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. 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 mercado asociado a la **prestación de servicios para implementar estrategias de información en salud, promoción y prevención** hace parte del sector de servicios sociales y de salud, particularmente de las actividades orientadas a la **salud pública, gestión del riesgo y comunicación en salud**. Este mercado comprende la planeación, diseño, producción y difusión de contenidos y estrategias de información dirigidas a la población, con el propósito de promover hábitos y entornos saludables, prevenir enfermedades y fortalecer las capacidades de las comunidades y de las entidades territoriales para responder a los principales riesgos que afectan la salud.

En Colombia, estas actividades se articulan con las competencias de las entidades territoriales en materia de **salud pública y gestión de los determinantes sociales de la salud**. El enfoque actual reconoce que las condiciones de salud de la población no dependen exclusivamente de la atención médica, sino también de factores sociales, económicos, ambientales, culturales y territoriales. Por ello, las estrategias de información y comunicación en salud constituyen herramientas para facilitar el acceso de la comunidad a información clara, pertinente y culturalmente adecuada, fortalecer la participación social y promover acciones de prevención y autocuidado.

El mercado está conformado por **empresas, organizaciones, fundaciones, entidades especializadas y profesionales** con experiencia en comunicación social, educación para la salud, producción de contenidos, estrategias de comunicación pública, promoción y prevención y desarrollo de acciones comunitarias. Estos proveedores pueden ofrecer servicios como diseño de



campañas, elaboración de piezas comunicativas, producción audiovisual y radial, manejo de medios y redes sociales, actividades educativas, jornadas de sensibilización, estrategias de comunicación comunitaria y seguimiento de resultados.

Desde la perspectiva de la contratación pública, la demanda de estos servicios se encuentra relacionada con la ejecución de los programas y acciones de salud pública de las entidades territoriales, especialmente aquellas orientadas a la **promoción de la salud, prevención de enfermedades, participación social, fortalecimiento de la gobernanza y abordaje de los determinantes sociales**. En consecuencia, existe un mercado especializado en el que la selección del proveedor debe considerar factores como experiencia, capacidad técnica y operativa, conocimiento del territorio, idoneidad del equipo de trabajo, capacidad para desarrollar contenidos dirigidos a diferentes grupos poblacionales y experiencia en proyectos de salud pública.

Para el presente proceso, el mercado requerido corresponde específicamente a servicios profesionales y técnicos para **diseñar e implementar una estrategia integral de información en salud**, que permita fortalecer las acciones de promoción y prevención y contribuir al posicionamiento de mensajes de salud pública en la población objetivo. La contratación deberá procurar que las actividades respondan a las necesidades identificadas en el territorio y que los contenidos sean accesibles, oportunos y adecuados a las características socioculturales de la población. Ministerio de Salud y Protección Social, *Plan Decenal de Salud Pública 2022-203*.



En este marco, cada línea estratégica orienta acciones específicas de educación y movilización social: Salud Mental promueve el bienestar emocional y la prevención de violencias; Salud Ambiental e Inocuidad fortalece prácticas seguras relacionadas con agua, alimentos y entornos saludables; ETV y Zoonosis impulsa la prevención y el control de enfermedades transmitidas por vectores y animales; Cáncer sensibiliza sobre factores de riesgo, detección temprana y acceso oportuno; Salud Sexual y Reproductiva promueve derechos, prevención y acceso a servicios integrales; Por una Niñez Sana, Nutrida e Inmunizada fortalece el cuidado integral de niños y niñas desde la nutrición y la vacunación; y Crónicos Identificados Tempranamente impulsa la detección y el seguimiento oportuno de enfermedades como hipertensión, diabetes y otras condiciones de interés. En conjunto, estas líneas consolidan una estrategia territorial de comunicación en salud con enfoque preventivo, educativo y de impacto comunitario en Córdoba.



Tipos de publicidad en medios impresos

Periódicos Si se habla de publicidad en medios impresos, lo primero son los periódicos. Ofrece una gran eficacia para promociones o productos concretos y, si se elige bien el medio, la audiencia potencial que se puede alcanzar es muy grande. Eso sí, solo se llegará a un determinado sector de la población.

Revistas Las revistas son uno de los medios más utilizados para realizar acciones de publicidad impresa. Por norma general, se puede adaptar la estrategia de marketing al contenido o temática que trata la revista, por lo que resulta bastante atractiva para sus lectores. Por ejemplo, si se quiere anunciar un concesionario de coches, sería conveniente hacerlo en una revista de motor, a que su audiencia estará más interesada.

Directorios En más de una ocasión habrás cogido una guía para buscar una tienda o un restaurante. Y en este tipo de formatos también hay espacio para la publicidad. Aquí suele ser muy útil realizar anuncios con un servicio específico. Por ejemplo, anunciar servicios de electricidad en la página en la que aparecen los electricistas para contar con una presencia destacada sobre el resto.

Cartelería Otro tipo de publicidad impresa son los póster y carteles. Un ejemplo suelen ser las marquesinas con publicidad de perfumes o una nueva película que se va a estrenar. Aquí juega un papel fundamental la ubicación en la que se pondrá el cartel y el diseño del mismo, ya que habrá que contar con una llamada de atención a quienes pasen junto a ella.

Los servicios de elaboración de diseños gráficos incluyen la creación de identidad corporativa (logos, manuales de marca), material publicitario (folletos, banners, posts para redes sociales), diseño editorial (revistas, catálogos) e ilustración digital. Estas soluciones visuales buscan posicionar empresas, mejorar la comunicación y aumentar el impacto visual de marca.

Principales Servicios de Diseño Gráfico

- **Identidad Corporativa:** Diseño de logotipos, paletas de colores, tipografías y branding.
- **Diseño Publicitario e Impreso:** Creación de material impreso como catálogos, folletos, revistas, carteles y tarjetas.
- **Marketing Digital y Redes Sociales:** Diseño de piezas para redes (stories, posts), banners para web y publicidad digital.
- **Ilustración y Multimedia:** Infografías, ilustraciones digitales y material de apoyo audiovisual.
- **Diseño de Empaques (Packaging):** Creación de diseño para productos físicos.

1. Económico

Productos incluidos dentro del sector





Los diferentes tipos de productos gráficos son:

- Etiquetas.
- Envases.
- Editorial: revistas, libros.
- Señalética.
- Cartelería.
- Identidad corporativa.
- Folletería.
- Diseño tipográfico.
- Diseño de instrumentos de mandos.
- Infografía.
- Material didáctico.

El mercado de servicios de información, promoción y prevención en salud comprende productos y servicios relacionados con el diseño e implementación de estrategias de comunicación, elaboración de material educativo, producción de contenidos audiovisuales y digitales, campañas de sensibilización, actividades comunitarias, educación para la salud y difusión de información dirigida a diferentes grupos poblacionales. Estos productos buscan facilitar el acceso a información clara y pertinente, fortalecer las capacidades individuales y colectivas y promover la participación social en las acciones de salud pública. De acuerdo con el Ministerio de Salud y Protección Social (2022), la promoción de la salud requiere intervenciones orientadas a generar capacidades en las personas y comunidades y a intervenir los determinantes sociales de la salud. Asimismo, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2023) reconoce la comunicación de riesgos y la participación comunitaria como componentes fundamentales para mejorar la capacidad de las poblaciones para tomar decisiones informadas en materia de salud. En consecuencia, dentro del sector se encuentran servicios de comunicación estratégica, educación sanitaria, producción de piezas informativas, campañas de promoción y prevención y acciones de comunicación comunitaria.

Agentes que componen el sector

El sector de servicios de diseño gráfico incluye diseñadores freelance, agencias de publicidad, estudios creativos, ilustradores, fotógrafos y especialistas en UX/UI. Estos agentes colaboran con editoriales, empresas de packaging, medios digitales y tipógrafos para crear identidades visuales, publicidad y materiales de comunicación.





Principales Agentes y Roles en el Sector:

- **Diseñadores Freelance y Estudios Creativos:** Profesionales independientes o pequeñas empresas que ofrecen servicios personalizados de branding, diseño editorial y publicidad.
- **Agencias de Publicidad y Marketing Digital:** Entidades que integran el diseño en campañas masivas, gestionando redes sociales, banners y publicidad impresa.
- **Especialistas técnicos (UX/UI, Motion, Ilustradores):** Perfiles enfocados en experiencias de usuario (web/app), animación gráfica y creación de ilustraciones originales.
- **Empresas de Packaging y Editoriales:** Industrias que requieren diseño de empaques, etiquetas, libros y revistas.
- **Industria Gráfica/Preimpresión:** Proveedores que aseguran la correcta producción física de los diseños.

El sector relacionado con la implementación de estrategias de información en salud, promoción y prevención está integrado por diferentes actores públicos, privados y sociales que participan en la formulación, financiación, ejecución, difusión y evaluación de las acciones de salud pública. Entre ellos se encuentran el Ministerio de Salud y Protección Social, las secretarías departamentales y municipales de salud, las entidades responsables de la gestión de recursos y aseguramiento en salud, las EPS e IPS, organizaciones sociales y comunitarias, instituciones académicas, medios de comunicación, empresas de publicidad y comunicación, agencias de producción audiovisual y profesionales especializados en comunicación social, educación para la salud y salud pública. De acuerdo con el Ministerio de Salud y Protección Social (2022), la gestión de la salud pública requiere la articulación intersectorial y la participación de diferentes actores para intervenir los determinantes sociales de la salud y fortalecer las capacidades de las comunidades. Asimismo, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2023) destaca la participación comunitaria y la comunicación como elementos esenciales para generar confianza, facilitar el acceso a información y promover respuestas efectivas frente a los riesgos en salud. En este contexto, la articulación entre las entidades territoriales, prestadores de servicios, organizaciones comunitarias y proveedores especializados permite desarrollar estrategias de información acordes con las necesidades de la población y los objetivos de salud pública.

Gremios y asociaciones que participan en el sector

Los principales gremios y asociaciones en el sector de servicios de diseño gráfico en Colombia y a nivel internacional incluyen a Andigraf (comunicación gráfica en Colombia), la RAD (Red Académica de Diseño), y organizaciones internacionales como Ico-D (anteriormente Icograda) y RGD (Registered Graphic Designers). Estas entidades promueven la competitividad, la ética, la formación y la representación del sector.

Gremios y Asociaciones Destacadas:





- **Andigraf (Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica):** Principal gremio en Colombia que agrupa empresas del sector gráfico, promoviendo productividad, competitividad e innovación.
- **RAD (Red Académica de Diseño):** Asociación enfocada en Colombia que reúne instituciones de educación superior para fortalecer la academia y el campo profesional del diseño.
- **Ico-D (International Council of Design):** Entidad mundial que establece normas, ética y representa a las asociaciones de diseño gráfico y comunicación visual.
- **RGD (Association of Registered Graphic Designers):** Asociación profesional con sede en Canadá que representa a más de 4.100 diseñadores, incluidos independientes y gerentes.
- **ATypI (Asociación Tipográfica Internacional):** Enfocada en la tipografía y el diseño de letras, relevante para el diseño gráfico especializado.
- **ADG (Art Directors Guild - IATSE Local 800):** Sindicato que representa a diseñadores gráficos, de producción y arte, principalmente en medios audiovisuales.

Asociaciones Relacionadas (Tecnología y Publicidad en Colombia):

- **FEDESOF** (Federación Colombiana de la Industria de Software y Tecnologías Informativas Relacionadas).
- **ASOMEDIOS** (Asociación Nacional de Medios de Comunicación).

Cifras totales de ventas

El mercado mundial del diseño gráfico mostró un valor de \$45.8 mil millones en 2021, con proyecciones de crecimiento continuo que estiman alcanzar los \$121.7 mil millones para 2035. Este sector experimenta un gran auge, impulsado por la demanda de contenido visual, posicionándose como una de las profesiones más solicitadas hacia 2025.

Cifras y Datos Clave del Sector:

- **Mercado Global:** Se estimó en \$50.9 millones en 2024 (enfocado en diseñadores independientes/freelance en ciertos reportes) con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de aproximadamente 8.25% de 2025 a 2035.
- **Valoración Histórica:** La industria global del diseño gráfico se valoró en \$45.8 mil millones en 2021.
- **Demanda:** El diseño gráfico es considerado una de las 10 profesiones más demandadas para el año 2025 según informes recientes.



- **Costo de Servicios (2026):** Los precios varían significativamente desde logotipos de \$ 300 hasta proyectos complejos que superan los \$ 10,000.



En Colombia, el gasto total en publicidad online y offline fue de 2.1 mil millones de dólares, lo que significó un incremento de casi 6 %.

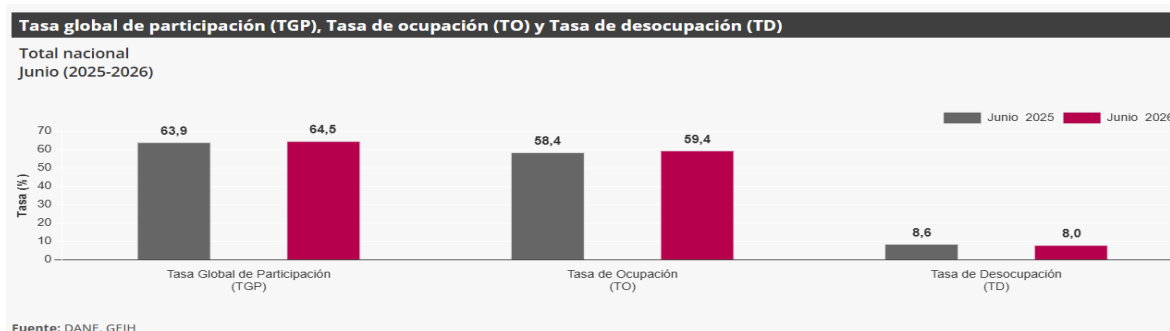


Son varios los formatos digitales en los que se aumentó el gasto en publicidad, entre ellos los anuncios de video, los banners, inversión en influencers, en búsqueda en línea.



Recuperado en <https://agenciadigitalamd.com/marketing-digital/estadisticas-marketing-digital-2024/>

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



<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-IIItrim2026.pdf>

PIB desde el enfoque de la producción

En el segundo trimestre de 2026^{pr}, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 3,5% respecto al mismo periodo de 2025^{pr}

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 10,0% (contribuye 1,7 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 2,2% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 9,5% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Durante el primer semestre de 2026^{pr}, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 2,9%. 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 7,9% (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 2,6% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 6,3% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen¹
Segundo trimestre 2026^{pr}

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026 ^{pr} -II / 2025 ^{pr} -II	2026 ^{pr} / 2025 ^{pr}	2026 ^{pr} -II / 2026 ^{pr} -I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-2,1	-1,7	0,4
Explotación de minas y canteras	4,2	1,6	0,4
Industrias manufactureras	2,0	2,3	-0,4
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	4,8	3,7	2,8
Construcción	2,2	-1,5	6,4
Comercio al por mayor y al por menor ³	2,2	2,6	0,3
Información y comunicaciones	-0,1	0,7	0,3
Actividades financieras y de seguros	4,3	3,6	1,9
Actividades inmobiliarias	2,1	2,1	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	2,6	2,5	0,8
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	10,0	7,9	2,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	9,5	6,3	4,0
Valor agregado bruto	3,6	2,9	1,4
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,4	2,7	0,2
Producto Interno Bruto	3,5	2,9	1,3

Fuente: DANE, PIB_T

Actividades profesionales, científicas y técnicas¹⁰

En el segundo trimestre de 2026pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 2,6% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 11):

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 3,7%
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 1,8%.

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 crece en 0,8%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 1,5%.



- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,2%.

Tabla 11. Actividades profesionales, científicas y técnicas¹
Tasas de crecimiento en volumen²
Segundo trimestre 2026^{pr}

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026 ^{pr} -II / 2025 ^{pr} -II	2026 ^{pr} / 2025 ^{pr}	2026 ^{pr} -II / 2026 ^{pr} -I
Actividades profesionales, científicas y técnicas	3,7	3,0	1,5
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1,8	2,0	0,2
Actividades profesionales, científicas y técnicas¹	2,6	2,5	0,8

Fuente: DANE, PIB_T

^{pr}preliminar

¹Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo.

²Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

Población ocupada según rama de actividad

En junio de 2026, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 24.459 mil personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Alojamiento y servicios de comida (1,2 puntos porcentuales); Construcción (0,6 puntos porcentuales) y Transporte y almacenamiento (0,6 puntos porcentuales).

Tabla 1. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad
Total nacional
Junio (2025 - 2026)

Rama de actividad	Total nacional				
	Junio 2025	Junio 2026	Distribución % 2026	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	23.753	24.459	100	706	
Alojamiento y servicios de comida	1.768	2.057	8,4	289	1,2
Construcción	1.532	1.678	6,9	146	0,6
Transporte y almacenamiento	1.722	1.867	7,6	145	0,6
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	1.859	1.969	8,0	110	0,5
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.822	1.906	7,8	84	0,4
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.922	3.005	12,3	82	0,3
Actividades financieras y de seguros	435	481	2,0	47	0,2
Información y comunicaciones	367	386	1,6	20	0,1
Actividades inmobiliarias	306	303	1,2	-3	-0,0
Comercio y reparación de vehículos	4.131	4.109	16,8	-23	-0,1
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos [^]	782	755	3,1	-27	-0,1
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.321	3.281	13,4	-40	-0,2
Industrias manufactureras	2.785	2.661	10,9	-125	-0,5

Fuente: DANE, GEIH.

En junio de 2026, Obrero, empleado particular y Trabajador por cuenta propia fueron las posiciones ocupacionales que más aportaron positivamente a la variación de los ocupados en el total nacional con 1,8 y 1,7 puntos porcentuales, respectivamente.





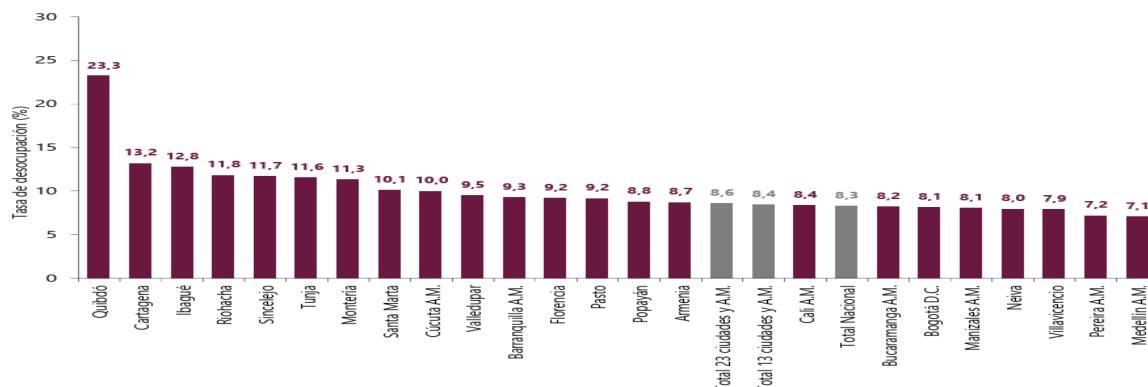
Tabla 2. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según posición ocupacional
Total nacional
Junio (2025 - 2026)

Posición ocupacional	Total nacional				
	Junio 2025	Junio 2026	Distribución % 2026	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	23.753	24.459	100	706	
Obrero, empleado particular	10.645	11.082	45,3	437	1,8
Trabajador por cuenta propia	9.692	10.105	41,3	414	1,7
Trabajador familiar sin remuneración	383	446	1,8	64	0,3
Patrón o empleador	551	583	2,4	32	0,1
Obrero, empleado del gobierno	909	893	3,7	-16	-0,1
Empleado doméstico	719	618	2,5	-102	-0,4
Jornalero o Peón	846	729	3,0	-117	-0,5

Fuente: DANE, GEIH.

Para el trimestre abril - junio 2026, de las 23 ciudades y áreas metropolitanas, las que presentaron mayores tasas de desocupación fueron: Quibdó (23,3%), Cartagena (13,2%) e Ibagué (12,8%). Las ciudades con menor tasa de desocupación fueron: Villavicencio (7,9%), Pereira A.M. (7,2%) y Medellín A.M. (7,1%).

Gráfico 6. Tasa de desocupación según ciudades
Total nacional y 23 ciudades y áreas metropolitanas
Abril - junio 2026



Fuente: DANE, GEIH.

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

Índice de Precios al Consumidor (IPC)² - Información Julio 2026

² Boletín técnico Índice de Precios al Consumidor (IPC) agosto 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>





Información julio 2026

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

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

IPC	Julio					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,28	0,17	4,02	4,94	4,90	6,03

Fuente: DANE, IPC

En julio de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,17%, la variación año corrido fue 4,94% y la anual 6,03%.

En julio de 2026 la variación anual del IPC fue 6,03%, es decir, 1,13 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 4,90%.

El comportamiento mensual del IPC total en julio de 2026 (0,17%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Restaurantes y hoteles. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,55%) y Salud (0,38%).

Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de julio de 2026, el IPC registró una variación de 0,17% en comparación con junio de 2026, seis divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,17%): Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,55%), Salud (0,38%), Prendas de vestir y calzado (0,31%), Restaurantes y hoteles (0,30%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,25%) y por último, Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,24%). Por debajo se ubicaron: Información y comunicación (0,04%), Educación (0,00%), Bienes y servicios diversos (-0,11%), Recreación y cultura (-0,13%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,13%) y por último, Transporte (-0,24%).

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

Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	2025	2026	
			Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,19	0,06	0,55	0,17
Salud	1,71	0,39	0,01	0,38	0,01
Prendas de vestir y calzado	3,98	-0,08	0,00	0,31	0,01
Restaurantes y hoteles	9,43	0,35	0,04	0,30	0,03
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,14	0,00	0,25	0,00
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,15	0,01	0,24	0,01
TOTAL	100,00	0,28	0,28	0,17	0,17
Información y comunicación	4,33	0,22	0,01	0,04	0,00
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00
Bienes y servicios diversos	5,36	0,04	0,00	-0,11	-0,01
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,82	0,15	-0,13	-0,03
Recreación y cultura	3,79	0,05	0,00	-0,13	0,00
Transporte	12,93	0,01	0,00	-0,24	-0,03

Fuente: DANE, IPC





Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,17%), se ubicaron en la división de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, la cual aportó 0,17 puntos porcentuales a la variación total.

Variaciones y contribuciones de las subclases en el mes

En julio de 2026 en comparación con junio de 2026, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: electricidad (2,29%), servicios relacionados con la copropiedad (2,86%), arriendo imputado (0,23%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,33%), carne de res y derivados (0,84%), arriendo efectivo (0,23%), cebolla (5,33%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (0,26%), hortalizas y legumbres frescas (1,17%) y productos farmacéuticos y dermatológicos (0,50%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: plátanos (-6,82%), frutas frescas (-1,30%), vehículo particular nuevo o usado (-0,68%), tomate (-3,89%) y transporte de pasajeros y equipaje en avión (-4,95%).

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

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Electricidad	2,29	0,08
Servicios relacionados con la copropiedad	2,86	0,04
Arriendo imputado	0,23	0,03
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	0,33	0,03
Carne de res y derivados	0,84	0,02
Arriendo efectivo	0,23	0,02
Cebolla	5,33	0,02
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	0,26	0,01
Hortalizas y legumbres frescas	1,17	0,01
Productos farmacéuticos y dermatológicos	0,50	0,01

Fuente: DANE, IPC.

Boletín Económico Regional | Caribe | I trimestre de 2026

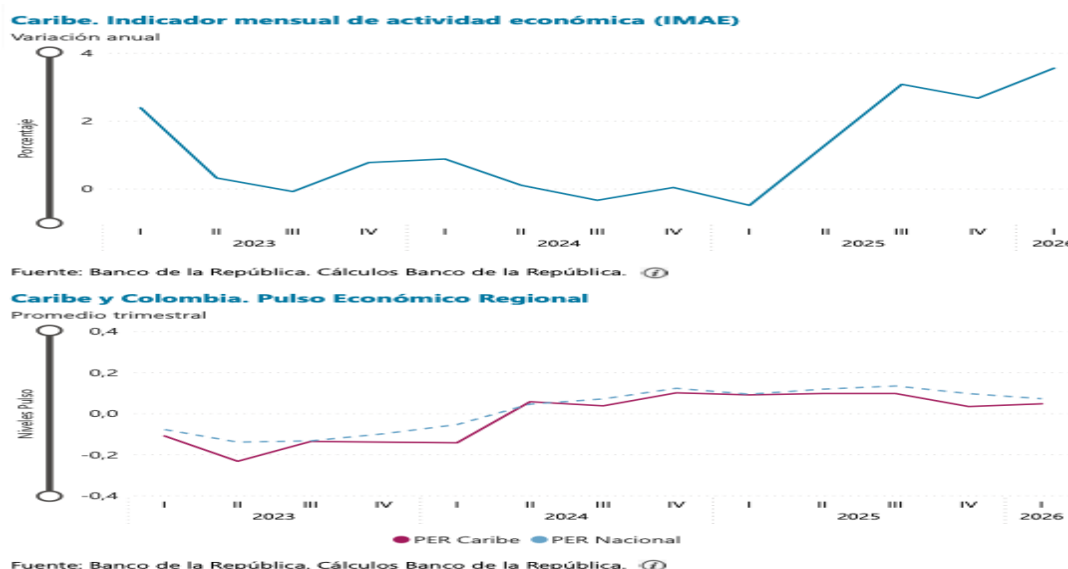
La actividad económica del Caribe mostró un leve crecimiento anual en el primer trimestre de 2026, acorde con el IMAE y el Pulso Económico Regional. El IMAE registró un incremento anual de 3,5 %, respaldado por el fortalecimiento del consumo de los hogares. Contribuyeron favorablemente las matrículas de vehículos nuevos, las ventas del comercio minorista, la demanda de energía eléctrica y los indicadores asociados a la actividad constructora, como los despachos de cemento y la producción de concreto. En contraste, la menor dinámica del transporte de carga, la ocupación hotelera y el abastecimiento agropecuario moderaron el desempeño de la economía regional.

El dinamismo del consumo de los hogares estimuló el desempeño económico de la región, a pesar de que la inflación anual se mantuvo al alza. El fortalecimiento del consumo estuvo apoyado por el aumento de las remesas, los avances en la formalización laboral y una mayor disposición de compra reflejada en los indicadores de confianza del consumidor. Este comportamiento favoreció



las ventas de vehículos y motocicletas nuevas, así como de artículos culturales y de entretenimiento, además del crecimiento en la movilización aérea de pasajeros y carga. A su vez, la mayor demanda contribuyó a intensificar las presiones inflacionarias, especialmente en alimentos y bebidas no alcohólicas, alojamiento y servicios públicos, restaurantes y hoteles, y transporte.

La contracción en actividades importantes de la región como industria, agropecuario, minería y turismo limitó el resultado. Restricciones en el suministro de insumos y la débil demanda externa afectaron la producción industrial, mientras que las fuertes precipitaciones e inundaciones incidieron negativamente en la producción agrícola y pecuaria. A su vez, la producción de carbón y gas se mantuvo en descenso, y los indicadores asociados al turismo como ingresos por alojamiento y ocupación hotelera cayeron, pese a la mayor oferta de eventos. La construcción se vio afectada por el aumento de costos laborales y aranceles a insumos, a pesar de la activación de algunos subsidios locales para la compra de VIS.



Boletín Económico Regional | Caribe | I trimestre de 2026 Inflación

Entre enero y marzo de 2026, la inflación anual continuó al alza en las principales ciudades del Caribe. En un entorno de presiones de demanda, mayores costos laborales e indexación de precios, la inflación regional permaneció por encima del rango meta del 3% del Banco de la República. Barranquilla, Cartagena y Montería presentaron niveles superiores al promedio regional, mientras, Santa Marta y Valledupar se ubicaron como las ciudades con las variaciones de precios más bajas durante el período analizado.

Los alimentos y bebidas no alcohólicas concentraron buena parte de las presiones inflacionarias durante el primer trimestre de 2026. El aumento en los precios estuvo asociado al alza registrada en diversos productos básicos de la canasta familiar, especialmente de productos perecederos



como yuca, plátano y carne de res. Las fuertes lluvias registradas en Córdoba deterioraron la calidad de

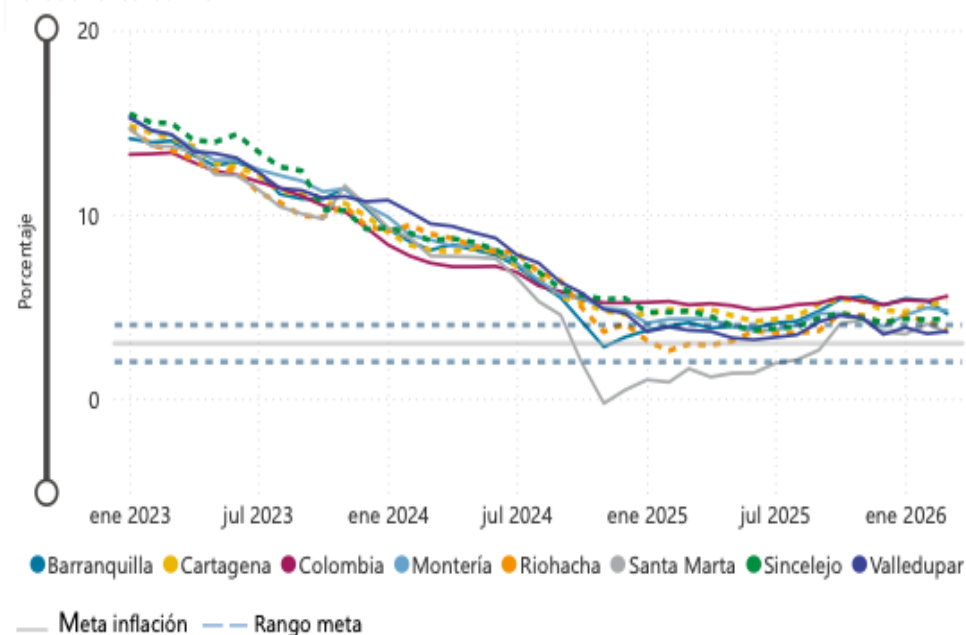
algunos productos y redujeron la oferta en centrales de abasto. A esto se sumaron mayores costos de fertilizantes y transporte. El incremento en el precio de la carne respondió al encarecimiento del ganado en pie y a un mayor consumo interno.

Los gastos asociados a vivienda y restaurantes continuaron ejerciendo presiones sobre el costo de vida regional. La división de alojamiento y servicios públicos mantuvo altas contribuciones a la inflación, impulsada por arriendos indexados a la inflación pasada, una oferta limitada de vivienda disponible, tensiones energéticas y ajustes tarifarios. A su vez, restaurantes y hoteles registraron incrementos derivados del aumento del salario mínimo, mayores costos operativos y encarecimiento de insumos alimenticios.

El transporte también aportó al incremento de la inflación regional durante el trimestre. Persistieron aumentos en costos de transporte intermunicipal y urbano, carga, peajes y mantenimiento de vehículos. Las tarifas del transporte urbano aumentaron principalmente por ajustes asociados al salario mínimo, especialmente en los sistemas masivos de Cartagena y Barranquilla. Sin embargo, la reducción en el precio de la gasolina durante febrero y marzo moderó parcialmente las presiones inflacionarias, especialmente en ciudades como Valledupar.

Caribe y Colombia. Inflación anual

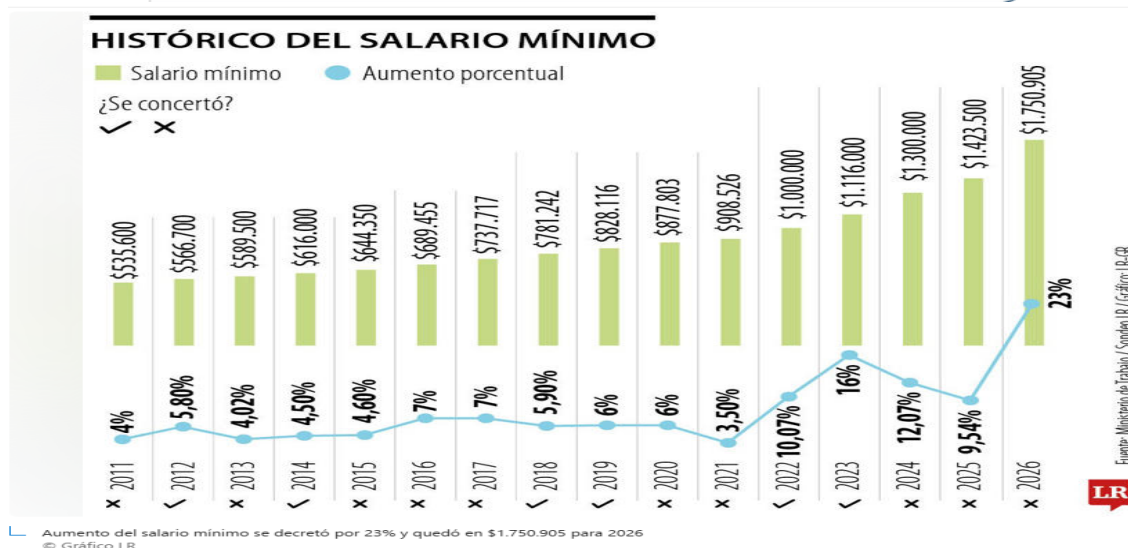
Variación anual del IPC



Fuente: DANE. Cálculos Banco de la República.

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>

Las tasas de interés en Colombia

Están actualmente en un rango elevado, con la tasa de referencia del Banco de la República en 9.25% desde abril de 2025 para controlar la inflación, aunque se espera que el Banco de la República se reúna pronto para decidir si la ajusta, con presiones al alza por la inflación y el déficit fiscal. Para enero de 2026, la tasa de usura (tope para créditos de consumo) es del 24.36% efectivo anual, mientras que los bonos del gobierno (TES) y créditos de vivienda varían, como los del Fondo Nacional del Ahorro (FNA), que ofrecen UVR + tasas para vivienda, como 4.50% para ingresos bajos.

Tasa de Interés de Referencia (Banco de la República)

- **Actual (Enero 2026): 9.25%.** Esta es la tasa de intervención del Banco Central, mantenida para controlar la inflación por encima del 5%.
- **Tasas de Interés Específicas**
- **Tasa de Usura (Enero 2026): 24.36%:** (Créditos de consumo y ordinarios).
- **Bonos del Gobierno (TES):** (ej. a 10 años): Pueden fluctuar, con rendimientos recientes alrededor del 12.35% (a enero 2026), según datos de Trading Economics.
- **Créditos de Vivienda (FNA):** Varían según el ingreso, por ejemplo, hasta 2 SMMLV (Salarios Mínimos Legales Mensuales Vigentes) pueden acceder a UVR + 4.50%.

Perspectivas de crecimiento, inversión y ventas

El sector de elaboración de diseños gráficos experimenta un fuerte auge, consolidándose como una de las 10 profesiones más demandadas hacia 2025. El mercado está impulsado por la transformación digital, con alta inversión en identidades de marca, diseño AR/VR y modelos de suscripción, valorándose globalmente en miles de millones de dólares.

Perspectivas de Crecimiento y Mercado

- **Alta Demanda:** El diseño gráfico es crucial para la diferenciación de marca, interacción en redes sociales y aumento de tráfico web.





- **Tendencias Clave:** El diseño de logotipos e identidad de marca concentra gran parte del mercado (31.35% en 2025), mientras que el diseño 3D y de realidad aumentada/virtual (AR/VR) proyecta un crecimiento rápido, con una CAGR del 14.30% hasta 2031.
- **Plataformas en Línea:** Las herramientas SaaS de bricolaje dominan, pero los modelos de suscripción de diseño están creciendo con una CAGR del 13.20%.

Inversión y Estrategias de Ventas

- **Inversión Tecnológica:** Se centra en software de diseño, herramientas de IA y plataformas que faciliten el diseño 3D.
- **Estrategia de Venta (Marca Personal):** La mejor estrategia actual es construir una marca personal en lugar de una agencia genérica, utilizando redes sociales (Reels, TikTok) para mostrar el proceso y conectar humanamente.
- **Contenido Educativo:** Vender mediante la creación de contenido que ofrezca consejos y resuelva problemas atrae clientes de forma indirecta sin inversión publicitaria directa.

Ventas y Clientes

- **Pymes Clientes:** Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) representan el 57% del mercado, buscando servicios de alto impacto para competir.
- **Servicios Creativos:** Las exportaciones de servicios creativos aumentaron un 29% entre 2017 y 2022, indicando un mercado global en expansión.
- **Especialización:** Se recomienda especializarse en nichos para facilitar el cobro y destacar de la competencia

El mercado de servicios relacionados con la información, educación, promoción y prevención en salud pública presenta perspectivas favorables de crecimiento, debido a la continuidad de las políticas públicas orientadas al fortalecimiento de la salud pública y a la necesidad de desarrollar intervenciones territoriales que permitan mejorar las condiciones de vida y abordar los determinantes sociales de la salud. El Plan Decenal de Salud Pública 2022-2031 establece objetivos, metas, estrategias, recursos e indicadores para orientar las acciones de los diferentes niveles de gobierno y actores del sistema de salud, lo que genera una demanda sostenida de servicios especializados para su implementación y seguimiento (Ministerio de Salud y Protección Social, 2022).

En materia de inversión, se prevé la destinación de recursos públicos hacia actividades de promoción de la salud, prevención de enfermedades, participación social, gestión del conocimiento y fortalecimiento de las capacidades territoriales. Particularmente, el PDSP 2022-2031 contempla el desarrollo de estrategias de educación y comunicación en salud pública, así como mecanismos para la divulgación, apropiación social y utilización del conocimiento para la toma de decisiones. Esto favorece la contratación de servicios relacionados con diseño de



campañas, producción de contenidos, comunicación comunitaria, educación en salud y estrategias de información dirigidas a poblaciones específicas.

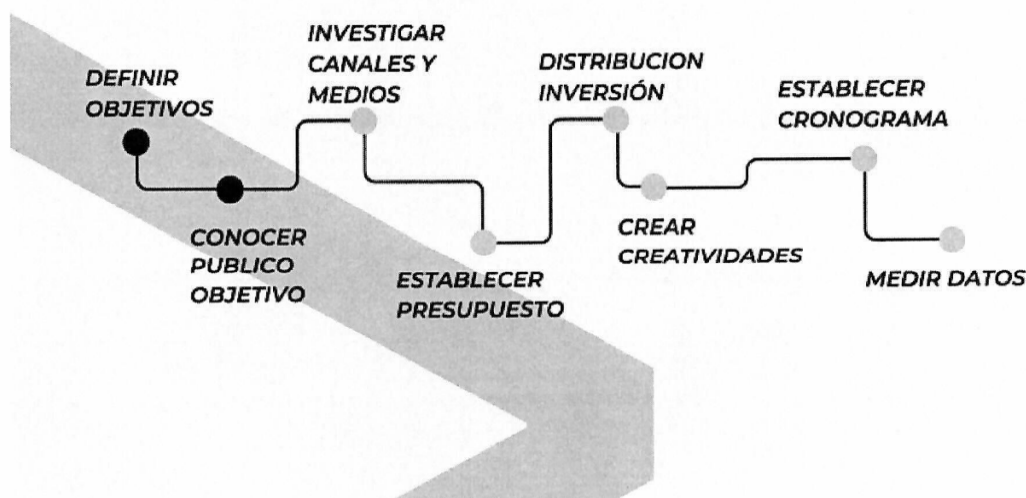
Respecto a las ventas, estas se encuentran principalmente asociadas a la contratación de servicios por parte de entidades territoriales, instituciones del sector salud y demás actores que desarrollan programas de promoción y prevención. La demanda puede mantenerse y ampliarse en la medida en que las entidades requieren ejecutar las acciones previstas en sus instrumentos de planeación y cumplir metas e indicadores de salud pública. Por tanto, se considera un mercado con perspectivas de crecimiento sostenido, especialmente para proveedores con capacidad técnica, experiencia en comunicación y educación para la salud, conocimiento territorial y capacidad para desarrollar estrategias diferenciales y participativas.

Cadena de producción y distribución.

Las etapas principales que debes seguir para elaborar tu plan de medios personalizado.

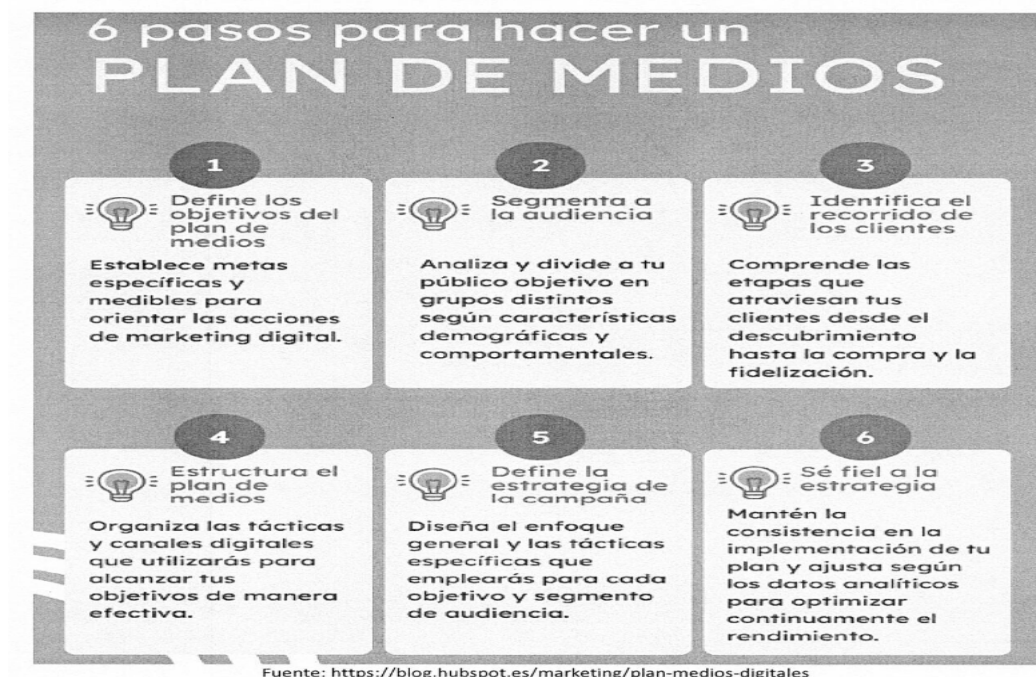
PLAN DE MEDIOS

Etapas de un plan de medios



Fuente: <https://labarbadelseo.com/etapas-de-un-plan-de-medios/>

La cadena de producción y distribución comprende la planeación de la estrategia de comunicación, diseño y producción de contenidos, contratación de espacios en medios y posterior difusión a la población objetivo. En el marco del PIC, esta cadena integra agencias o proveedores de comunicación, medios tradicionales y digitales, redes sociales y canales institucionales, garantizando que los mensajes de promoción y prevención en salud lleguen de manera oportuna a las comunidades.



2. Técnico

Las condiciones técnicas anexas en los estudios previos.

3. Regulatorio

El marco normativo del diseño gráfico abarca principios compositivos, ética profesional y regulaciones legales. Incluye normas de propiedad intelectual (derechos de autor, marcas) y normativas técnicas (identidad visual, accesibilidad). Los principios fundamentales incluyen equilibrio, contraste, énfasis, repetición y proporción, asegurando funcionalidad, coherencia y originalidad en el diseño.

Aspectos Clave del Marco Normativo

- **Propiedad Intelectual y Legal:** Leyes que protegen el trabajo creativo, derechos de autor, uso de tipografías y registro de marcas.
- **Identidad Corporativa:** El manual de marca (manual normativo) es fundamental para asegurar el uso consistente de logotipos, colores y tipografías.
- **Ética Profesional:** Integridad, honestidad, responsabilidad social y respeto por los derechos de autor.
- **Principios Compositivos (Normas Técnicas):**
 - **Equilibrio:** Distribución del peso visual (simétrico o asimétrico).



- **Contraste:** Uso de elementos opuestos para generar impacto.
 - **Alineación:** Conexión visual para crear orden.
 - **Repetición/Ritmo:** Creación de consistencia y patrones.
 - **Proporción y Jerarquía:** Organización de los elementos por importancia.
- **Funcionalidad:** El diseño debe ser útil y claro para el usuario, respetando sus códigos culturales.
 - **Normas Estatales:** Regulaciones específicas para la publicidad oficial y la imagen de entidades, como la Ley 2345 de 2023 en Colombia para la imagen de entidades estatales.

4. Otro contexto.

Los factores sociopolíticos que afectan el diseño gráfico incluyen la cultura, valores sociales, ideologías políticas, legislación, el entorno económico y la identidad, influyendo en cómo los mensajes son creados y recibidos. Estos elementos determinan la ética, accesibilidad, y el uso de símbolos en la comunicación visual, moldeando conductas y construyendo la realidad social.

Factores Sociales Clave

- **Identidad Cultural y Valores:** El diseño gráfico refleja normas culturales, creencias y tradiciones. El uso de símbolos representativos fortalece la identidad de una comunidad, requiriendo sensibilidad para evitar malentendidos.
- **Sensibilidad Cultural y Accesibilidad:** Es crucial considerar el impacto de colores, símbolos y lenguaje en diferentes grupos, incluyendo la accesibilidad para diversas capacidades y la inclusión de diferentes edades.
- **Estructura y Contexto Social:** Las campañas gráficas deben ajustarse al contexto, valores y normas del público objetivo para ser efectivas, especialmente en temas educativos o sociales.

Factores Políticos Clave

- **Legislación y Normas:** Las leyes locales e internacionales (copyright, privacidad, estándares publicitarios) determinan los límites legales de lo que se puede diseñar y publicar.
- **Discurso y Acción Política:** El diseño gráfico actúa como una herramienta discursiva de gran impacto, capaz de modificar situaciones, promover ideologías, gestionar la imagen institucional y movilizar a la sociedad.
- **Dignificación de la Profesión:** El reconocimiento del diseño gráfico por parte de las instituciones influye en su profesionalización y valoración dentro del entorno laboral.

Interacción entre Sociedad y Diseño



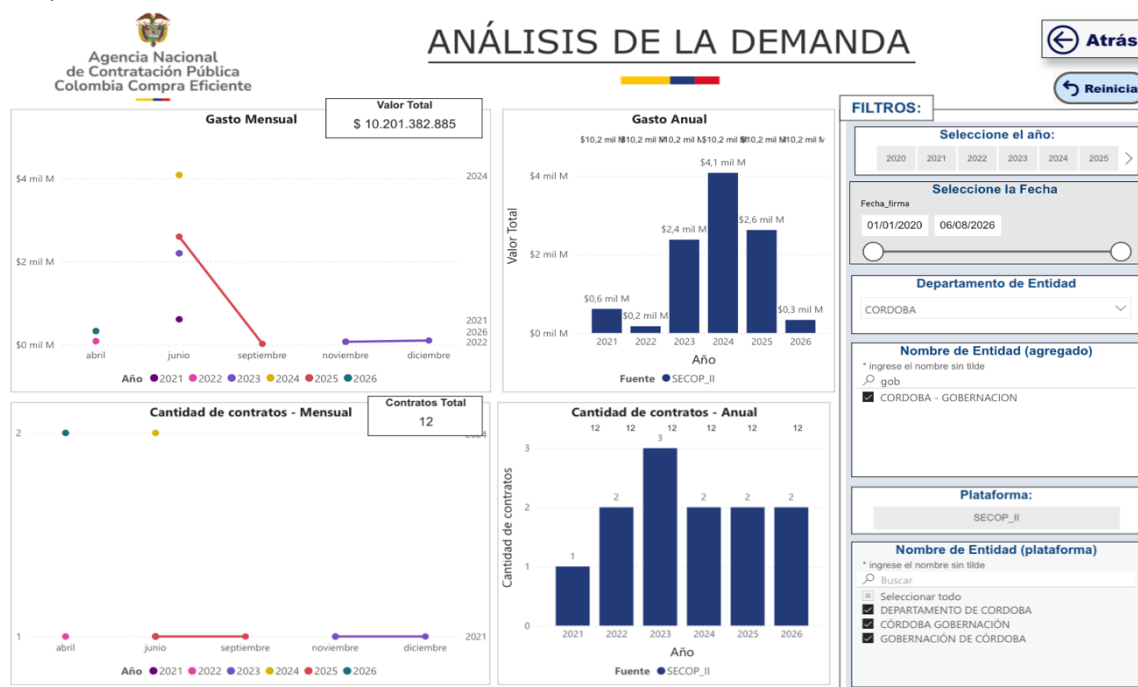
- **Impacto Social (Social Design):** Los diseñadores construyen imaginarios, identidad y simbolismo histórico, lo que implica una responsabilidad social en la transformación cultural.
- **Ecosistema Profesional:** La solidez del entorno laboral (factores económicos y políticos) motiva a los diseñadores y determina la calidad de los proyectos.

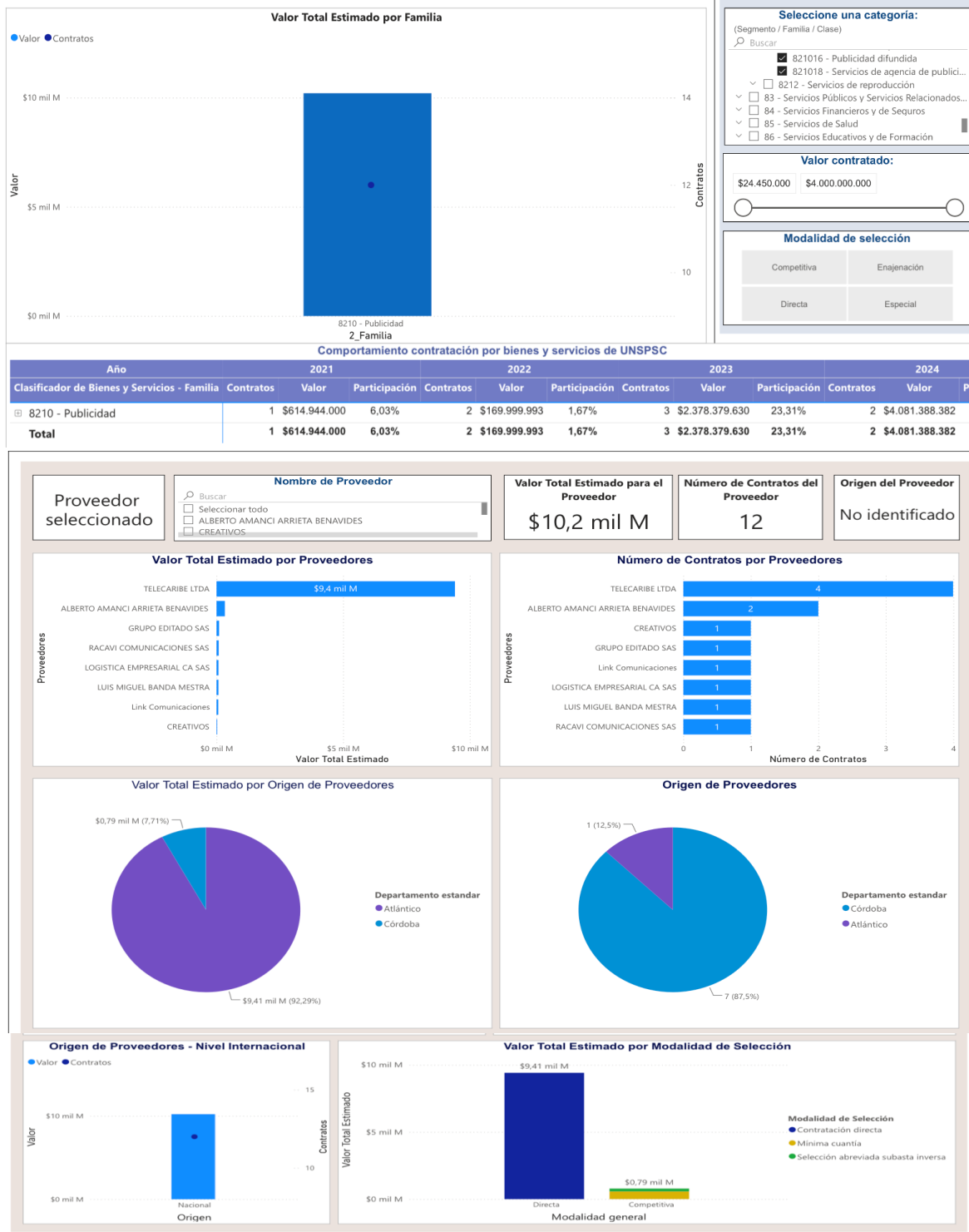
B. MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO

La Gobernación de Córdoba 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.





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.ema@colombiacompra.gov.co

Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente

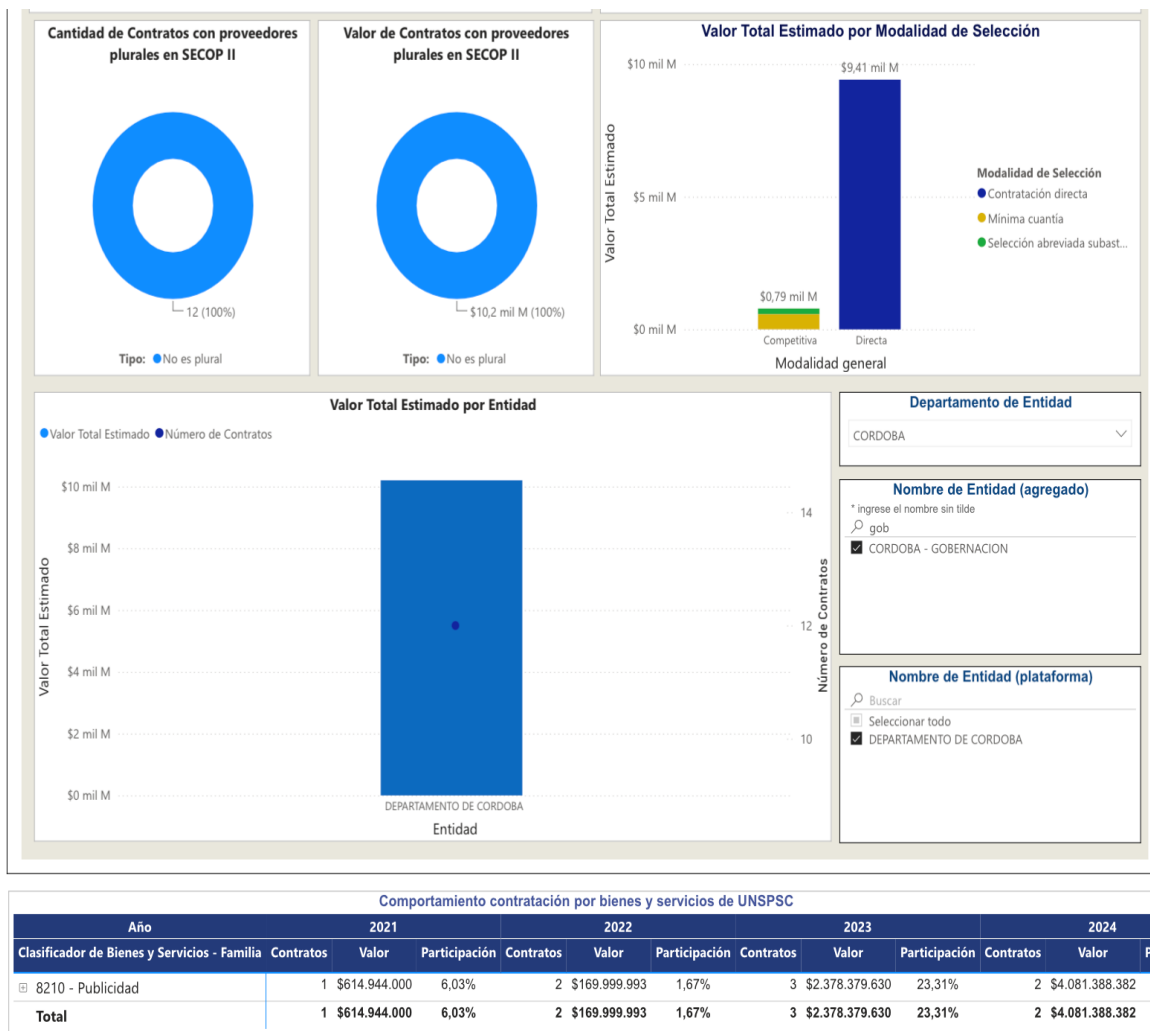




Herramienta de Visualización para el Análisis de la Oferta

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.





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 la Gobernación de cordoba.

ENTIDAD	DEPARTAMENTO DE CORDOBA
DETALLE DEL PROCESO NÚMERO	SGE-SAM-001-2026
TIPO DE PROCESO	Selección abreviada menor cuantía
TIPO DE CONTRATO	Prestación de servicios
OBJETO DEL CONTRATO.	FORTALECIMIENTO DEL PLAN DE PRENSA Y COMUNICACIONES DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y CONOCIMIENTO DE LA GESTIÓN DE LA ENTIDAD Y PLAN DE MEDIOS DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA
VALOR DEL CONTRATO	1.481.000.000 COP





PRESUPUESTO OFICIAL	<table><tr><td data-bbox="664 317 850 394">VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO</td><td data-bbox="859 317 1451 569"> El presupuesto oficial para la ejecución del objeto del presente proceso es de QUINIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE (\$ 500.00.0000), incluidos todos los costos requeridos e impuestos y tributos a que haya lugar para la celebración, legalización, ejecución, entrega de todos los bienes solicitados por la entidad y liquidación del contrato. En atención al numeral 4, artículo 2.2.1.2.1.5.1. del Decreto 1082 de 2015, en la definición del valor aproximado del contrato a celebrar se tuvo en cuenta el estudio de mercado realizado por la Secretaría de salud, el cual hace parte del presente estudio. Para la estimación del valor se tuvieron en cuenta las cotizaciones recibidas en la Secretaría con las especificaciones a contratar en el proceso, también se tuvo en cuenta la forma de pago, entrega de los bienes, constitución de pólizas e impuestos de orden nacional y departamental a cargo del contratista, aspectos que se identificaron en el presupuesto oficial elaborado. </td></tr></table>	VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO	El presupuesto oficial para la ejecución del objeto del presente proceso es de QUINIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE (\$ 500.00.0000), incluidos todos los costos requeridos e impuestos y tributos a que haya lugar para la celebración, legalización, ejecución, entrega de todos los bienes solicitados por la entidad y liquidación del contrato. En atención al numeral 4, artículo 2.2.1.2.1.5.1. del Decreto 1082 de 2015, en la definición del valor aproximado del contrato a celebrar se tuvo en cuenta el estudio de mercado realizado por la Secretaría de salud, el cual hace parte del presente estudio. Para la estimación del valor se tuvieron en cuenta las cotizaciones recibidas en la Secretaría con las especificaciones a contratar en el proceso, también se tuvo en cuenta la forma de pago, entrega de los bienes, constitución de pólizas e impuestos de orden nacional y departamental a cargo del contratista, aspectos que se identificaron en el presupuesto oficial elaborado.
VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO	El presupuesto oficial para la ejecución del objeto del presente proceso es de QUINIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE (\$ 500.00.0000), incluidos todos los costos requeridos e impuestos y tributos a que haya lugar para la celebración, legalización, ejecución, entrega de todos los bienes solicitados por la entidad y liquidación del contrato. En atención al numeral 4, artículo 2.2.1.2.1.5.1. del Decreto 1082 de 2015, en la definición del valor aproximado del contrato a celebrar se tuvo en cuenta el estudio de mercado realizado por la Secretaría de salud, el cual hace parte del presente estudio. Para la estimación del valor se tuvieron en cuenta las cotizaciones recibidas en la Secretaría con las especificaciones a contratar en el proceso, también se tuvo en cuenta la forma de pago, entrega de los bienes, constitución de pólizas e impuestos de orden nacional y departamental a cargo del contratista, aspectos que se identificaron en el presupuesto oficial elaborado.		
AMPARO PRESUPUESTAL	4.2. DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL El presupuesto estimado para el cumplimiento del proyecto está amparado con el siguiente Certificado de Disponibilidad Presupuestal: <u>CDP N° 26000372 de 8 de abril de 2026</u> expedido por la Dirección Financiera de Presupuesto, con Identificación Presupuestal 0301-2.1.2.02.02.008-20, Gastos de Funcionamiento, por valor de QUINIENTOS MILLONES DE PESOS (\$500.000.000), incluidos costos directos e indirectos e impuestos, de otra parte, el <u>CDP N° 26000374 de 8 de abril de 2026</u> expedido por la Dirección Financiera de Presupuesto, con Identificación Presupuestal 030302-2.3.2.02.02.008-20, Gastos de Inversión, por valor de MIL MILLONES DE PESOS (\$1.000.000.000), incluidos costos directos e indirectos e impuestos.		
LUGARES DE ENTREGA O EJECUCIÓN	2.4 LUGAR DE EJECUCIÓN: El lugar de ejecución del contrato será en: GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA o en los municipios del Departamento de Córdoba donde se requiera.		
PLAZO DE EJECUCIÓN	2.3 PLAZO DE EJECUCIÓN: El plazo de ejecución será de SEIS (6) MESES, contados a partir del perfeccionamiento y cumplimiento de los requisitos para su ejecución. El contrato se entiende perfeccionado con la firma de las partes (firma electrónica en la plataforma a SECOP II). Para su ejecución se requiere la expedición del registro presupuestal, aprobación de las garantías exigidas (en caso de aplicar) y el pago del porcentaje correspondiente de las estampillas que apliquen con ocasión al presente contrato.		
CONDICIONES DE PAGO ESTABLECIDAS EN LOS CONTRATOS	4.4. FORMA DE PAGO: EL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA, pagará al CONTRATISTA de la siguiente forma: ANTICIPO. El Departamento entregará en calidad de anticipo, el valor correspondiente al treinta por ciento (30%) del valor del contrato cumplidos los requisitos de perfeccionamiento y ejecución y suscrita el acta de inicio. AMORTIZACIÓN DEL ANTICIPO: El Anticipo será amortizado en las actas parciales y/o final, en la misma proporción del valor entregado en calidad de anticipo. ACTAS PARCIALES. El valor del contrato se cancelará mediante actas parciales conforme al avance y efectiva prestación de los servicios. Las actas deberán reflejar la amortización correspondiente al anticipo entregado. Para la entrega del anticipo se deberá contar con: 1) Una póliza de garantía debidamente aprobada que ampare, entre otros, el buen manejo y correcta inversión del anticipo. 2) El plan de inversión del anticipo, previamente aprobado por el supervisor del contrato. La Entidad entregará el anticipo bajo las siguientes condiciones: • El anticipo se tramitará previa solicitud del contratista y aceptación de las condiciones de la Entidad para su entrega. • La iniciación de las actividades o el cumplimiento de cualquiera de las obligaciones contractuales no están supeditadas en ningún caso a la entrega del anticipo. • La Entidad, a través de la supervisión, revisará y aprobará el programa de inversión del anticipo. Por consiguiente, el supervisor velará porque todo desembolso del anticipo corresponda a gastos del contrato y que estén de acuerdo con el plan de inversión del anticipo aprobado por él. La entidad efectuará al Contratista los pagos en pesos colombianos, de acuerdo con las actividades y productos debidamente ejecutados, revisadas, aceptadas y recibidas a satisfacción por el supervisor, las cuales además deben ser verificables físicamente y deberán soportarse en actas de avance, de conformidad con presupuesto pactado. El contratista, en caso de estar obligado a facturar electrónicamente, deberá presentar la factura electrónica validada previamente por la DIAN, como requisito necesario para el pago, conforme a las disposiciones señaladas en el Decreto 358 del 5 de marzo de 2020, en concordancia con lo dispuesto en la Resolución 0042 del 5 de mayo de 2020 y demás normas que los modifiquen, complementen o sustituyan.		





	La Entidad no se hace responsable por las demoras presentadas en el trámite para el pago al contratista cuando ellas fueren ocasionadas por encontrarse incompleta la documentación de soporte o no ajustarse a cualquiera de las condiciones establecidas en el Contrato. La Entidad hará las retenciones a que haya lugar sobre cada pago, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes sobre la materia. El Contratista deberá acreditar para cada pago derivado del contrato, que se encuentran al día en el pago de aportes parafiscales relativos al Sistema de Seguridad Social Integral, así como los propios del Sena, ICBF y Cajas de Compensación Familiar, cuando corresponda. Parágrafo 1. El supervisor solo aprobará el pago de aquellas actividades que sean comprobables y efectivamente soportadas con informe y evidencias, que, en consecuencia, hayan sido debidamente ejecutadas por el Contratista. Parágrafo 2. El valor total de este contrato incluye todos los costos y gastos en que tenga que incurrir El Contratista, para el cumplimiento de su objeto, por lo cual no habrá lugar a reconocimiento adicional alguno, exceptuando la fuerza mayor y el caso fortuito. Parágrafo 3. El Departamento no reconocerá, ningún reajuste realizado por el Contratista en relación con los costos, gastos o actividades adicionales que aquel requiera para la ejecución del contrato y que fueron previsibles al momento de la presentación de la propuesta. Parágrafo 4. El contratista deberá acreditar todos los soportes e informes para el pago que requiera la supervisión y el área de hacienda. Así mismo, deberá anexar el informe, acta y certificaciones emanadas de la supervisión que avalen la ejecución oportuna y adecuada del contrato.																
GARANTÍAS EXIGIDAS Y SINIESTROS.	8. LAS GARANTÍAS QUE LA ENTIDAD ESTATAL CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN. Dentro de los dos (2) días siguientes a la firma del contrato deberá el contratista constituir a favor de la entidad una Garantía de que tratan la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, y el Decreto 1082 de 2015, considerando el objeto a contratar, las obligaciones contractuales y el valor del contrato, dicha garantía deberá constituirse con los siguientes amparos y vigencias: <table><tr><th>CARACTERÍSTICAS</th><th>CONDICION</th></tr><tr><td>Clase</td><td>Dentro de los dos (2) días siguientes a la firma del contrato, deberá constituir contrato de seguro contenido en una póliza para Entidades Estatales tomada con una compañía aseguradora autorizada por la Superintendencia financiera.</td></tr><tr><td>Asegurado/ Beneficiario</td><td>Departamento de Córdoba</td></tr><tr><td>Amparos, vigencia y valores asegurados</td><td>a) CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO - amparará el cumplimiento general del contrato, el pago de las multas y demás sanciones que se le impongan, por una cuantía equivalente al diez por ciento (10%), del valor del contrato y con una vigencia igual al plazo de este y seis (6) meses más.</td></tr><tr><td></td><td>b) PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES, del personal que el asociado haya de utilizar para la ejecución del contrato, por una cuantía equivalente al cinco (5%) del valor total del contrato y con una vigencia igual al plazo del mismo y tres (3) años más.</td></tr><tr><td></td><td>c) CALIDAD DEL SERVICIO, por una cuantía equivalente al diez por ciento (10%), del valor del contrato y con una vigencia seis (6) meses más.</td></tr><tr><td></td><td>d) BUEN MANEJO Y CORRECTA INVERSIÓN DEL ANTICIPO: En cuantía igual al cien por ciento (100%) del monto entregado de forma anticipada, que deberá estar vigente hasta la liquidación del contrato o hasta que la entidad estatal verifique el cumplimiento de todas las actividades o la entrega de todos los bienes o servicios asociados al anticipo.</td></tr><tr><td>Información necesaria dentro d la póliza</td><td>Número y año del contrato Objeto del contrato Firma del representante legal</td></tr></table> El Contratista está obligado a restablecer el valor de la garantía cuando esta se vea reducida por razón de las reclamaciones que efectúe la Entidad, así como, a ampliar las garantías en los eventos de adición y/o prórroga del contrato. El no restablecimiento de la garantía por parte del Contratista o su no adición o prórroga, según el caso, constituye causal de incumplimiento del Contrato y se dará inicio a los procesos sancionatorios a que haya lugar. El contratista deberá anexar el comprobante de pago de la prima del seguro de responsabilidad civil extracontractual.	CARACTERÍSTICAS	CONDICION	Clase	Dentro de los dos (2) días siguientes a la firma del contrato, deberá constituir contrato de seguro contenido en una póliza para Entidades Estatales tomada con una compañía aseguradora autorizada por la Superintendencia financiera.	Asegurado/ Beneficiario	Departamento de Córdoba	Amparos, vigencia y valores asegurados	a) CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO - amparará el cumplimiento general del contrato, el pago de las multas y demás sanciones que se le impongan, por una cuantía equivalente al diez por ciento (10%), del valor del contrato y con una vigencia igual al plazo de este y seis (6) meses más.		b) PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES, del personal que el asociado haya de utilizar para la ejecución del contrato, por una cuantía equivalente al cinco (5%) del valor total del contrato y con una vigencia igual al plazo del mismo y tres (3) años más.		c) CALIDAD DEL SERVICIO, por una cuantía equivalente al diez por ciento (10%), del valor del contrato y con una vigencia seis (6) meses más.		d) BUEN MANEJO Y CORRECTA INVERSIÓN DEL ANTICIPO: En cuantía igual al cien por ciento (100%) del monto entregado de forma anticipada, que deberá estar vigente hasta la liquidación del contrato o hasta que la entidad estatal verifique el cumplimiento de todas las actividades o la entrega de todos los bienes o servicios asociados al anticipo.	Información necesaria dentro d la póliza	Número y año del contrato Objeto del contrato Firma del representante legal
CARACTERÍSTICAS	CONDICION																
Clase	Dentro de los dos (2) días siguientes a la firma del contrato, deberá constituir contrato de seguro contenido en una póliza para Entidades Estatales tomada con una compañía aseguradora autorizada por la Superintendencia financiera.																
Asegurado/ Beneficiario	Departamento de Córdoba																
Amparos, vigencia y valores asegurados	a) CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO - amparará el cumplimiento general del contrato, el pago de las multas y demás sanciones que se le impongan, por una cuantía equivalente al diez por ciento (10%), del valor del contrato y con una vigencia igual al plazo de este y seis (6) meses más.																
	b) PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES, del personal que el asociado haya de utilizar para la ejecución del contrato, por una cuantía equivalente al cinco (5%) del valor total del contrato y con una vigencia igual al plazo del mismo y tres (3) años más.																
	c) CALIDAD DEL SERVICIO, por una cuantía equivalente al diez por ciento (10%), del valor del contrato y con una vigencia seis (6) meses más.																
	d) BUEN MANEJO Y CORRECTA INVERSIÓN DEL ANTICIPO: En cuantía igual al cien por ciento (100%) del monto entregado de forma anticipada, que deberá estar vigente hasta la liquidación del contrato o hasta que la entidad estatal verifique el cumplimiento de todas las actividades o la entrega de todos los bienes o servicios asociados al anticipo.																
Información necesaria dentro d la póliza	Número y año del contrato Objeto del contrato Firma del representante legal																
NÚMERO DE OFERENTES	1																
PROPONENTE ADJUDICATARIO	<table><tr><td>Adjudicatario</td><td>Valor Adjudicado</td></tr><tr><td>RACAVI COMUNICACIONES SAS</td><td>1.481.000.000 COP</td></tr></table>	Adjudicatario	Valor Adjudicado	RACAVI COMUNICACIONES SAS	1.481.000.000 COP												
Adjudicatario	Valor Adjudicado																
RACAVI COMUNICACIONES SAS	1.481.000.000 COP																





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.

ENTIDAD	GOBERNACIÓN DE LA GUAJIRA											
DETALLE DEL PROCESO NÚMERO	SAMC-011-2025											
TIPO DE PROCESO	Selección abreviada menor cuantía											
TIPO DE CONTRATO	Prestación de servicios											
OBJETO DEL CONTRATO.	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES, PUBLICIDAD Y MANEJO DE PLAN DE MEDIOS PARA LAS ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS DE LOS LINEAMIENTOS DEL PROGRAMA AMPLIADO DE INMUNIZACIONES (PAI), LA PROMOCIÓN DE LA TENENCIA ADECUADA DE MASCOTAS Y LA VACUNACIÓN ANTIRRABICA CANINA Y FELINA, DE ACUERDO CON EL PLAN TERRITORIAL DE SALUD DEPARTAMENTAL DE LA GUAJIRA											
VALOR DEL CONTRATO	500.000.000 COP											
PRESUPUESTO OFICIAL	Proveedor MIACOM TELECARIBE L FUNPR abba estampa COMERCIALIZADORA DE LEO FUNDIN LAS MEJORES SOLUCIONES EN COMUNICACIONES ESTR YOHANA RODRIGUEZ GONZA CORPORACION ONI NILSON ANTONIO GUTIERREZ HERR GRAFICAS DIA GRAFICAS											
AMPARO PRESUPUESTAL	CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL	Los gastos generados serán desglosados de la disponibilidad presupuestal con cargo a las dimensiones para la vigencia fiscal 2025, con el CDP No. 627 de 14 de julio de 2025, así: <table><tr><th>Identificación presupuestal</th><th>Concepto</th><th>Valor</th></tr><tr><td>21 • .03.02.002.002.08.01.11.111.2-32</td><td>Servicios de publicidad e impresión - PAI</td><td>\$ 170.000.000</td></tr><tr><td>21 • .03.02.002.002.08.01.11.112.4-32</td><td>Servicios de publicidad e impresión – ETV Y ZOONOSIS</td><td>\$ 330.000.000</td></tr></table>		Identificación presupuestal	Concepto	Valor	21 • .03.02.002.002.08.01.11.111.2-32	Servicios de publicidad e impresión - PAI	\$ 170.000.000	21 • .03.02.002.002.08.01.11.112.4-32	Servicios de publicidad e impresión – ETV Y ZOONOSIS	\$ 330.000.000
Identificación presupuestal	Concepto	Valor										
21 • .03.02.002.002.08.01.11.111.2-32	Servicios de publicidad e impresión - PAI	\$ 170.000.000										
21 • .03.02.002.002.08.01.11.112.4-32	Servicios de publicidad e impresión – ETV Y ZOONOSIS	\$ 330.000.000										
LUGARES DE ENTREGA O EJECUCIÓN	LUGAR DE EJECUCIÓN:	Las actividades e intervenciones por contratar deberán desarrollarse en los 15 municipios del departamento de La Guajira.										
PLAZO DE EJECUCIÓN	PLAZO DE EJECUCIÓN:	El contrato tendrá una ejecución HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2025, contados a partir de la suscripción del acta de inicio, previa expedición del registro presupuestal y aprobación de la garantía. En todo caso el plazo no podrá excederse de la vigencia del 2025, a menos que por circunstancia de fuerza mayor se haya alterado el desarrollo normal de la ejecución de este.										
CONDICIONES DE PAGO ESTABLECIDAS EN LOS CONTRATOS												





	FORMA DE PAGO DEL CONTRATO El DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA pagará al contratista seleccionado el valor total del contrato así: 1) UN PRIMER PAGO: por el 30% del valor del contrato, acompañadas de informe de ejecución donde conste un cronograma de actividades, un pre-diseño de piezas gráficas y videos para el Programa Ampliado de Inmunización PAI y de la tenencia adecuada de mascotas y/o vacunación antirrábica para perros y gatos y la entrega del 30% de los pendones, cartillas, Sticker y la totalidad de los mapas, material didáctico y banderines, previa aprobación de la supervisión lo cual estará sujeto a la entrega de informe final para cumplimiento de la totalidad de su ejecución y el recibo a satisfacción correspondiente por parte del supervisor. 2) UN SEGUNDO PAGO: por el 70% del valor del contrato, acompañadas de informe de ejecución donde conste el cumplimiento total de las actividades y entregables descritas en la ficha técnica y el cronograma de actividades, previa aprobación y el recibo a satisfacción correspondiente por parte del supervisor. El Departamento de La Guajira efectuará las deducciones a que haya lugar sobre el pago, de conformidad con lo dispuesto en la legislación vigente sobre la materia. En todo caso los pagos estarán sujetos al programa anual de caja (PAC) de la entidad. Para la entrega de los aportes aquí relacionados se requerirá del acta de recibido a satisfacción final, en el que se deje constancia del cumplimiento de los bienes entregados según las exigencias de la administración, suscrita por el supervisor y el CONTRATISTA. Para la presentación de las cuentas de cobro y/o factura deberá acreditar los siguientes documentos: 1) Acta de recibo a satisfacción, firmada por el contratista, el supervisor y/o el interventor. 2) Cuenta de cobro y/o factura original. 3) Informe detallado de la entrega. 4) Certificación por parte del supervisor del contrato 5) Constancia de pagos a los aportes (salud, pensión, riesgos laborales y parafiscales) por parte del contratista. Los pagos se harán previos los trámites administrativos y presupuestales a que haya lugar. Si el adjudicatario no se encuentra a paz y salvo con el DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA, con la suscripción del contrato, autoriza para que la Oficina de Tesorería, en el momento de un pago, automáticamente y sin previo aviso realice el correspondiente cruce de cuentas, para compensar los valores que tenga en mora por cualquier concepto. El Departamento de la Guajira pagará al CONTRATISTA hasta dentro de los diez (10) días siguientes a la fecha de presentación de la respectiva factura y/o cuenta de cobro por parte del Contratista, en la dependencia correspondiente, una vez recibida esta (factura) a entera satisfacción, y se dé cumplimiento a los requerimientos contractuales y requisitos de ley.						
GARANTÍAS EXIGIDAS Y SINIESTROS.	GARANTÍAS: De acuerdo con lo dispuesto en el Artículo 7° de la Ley 1150 del 2007, y el Decreto Reglamentario 1082 del 2015, para garantizar el cumplimiento de todas las obligaciones que se deriven del contrato que se celebre, la Entidad considera pertinente determinar los riesgos que pueden cubrirse mediante garantía por ello El Contratista deberá constituir a favor del Departamento, una Garantía Única expedida a través de cualquiera de los mecanismos señalados en el artículo 2.2.1.2.3.1.2. del Decreto 1082 del 2015, que comprenda o cobije los siguientes eventos o riesgos: <table><tr><th>GARANTÍA SOLICITADA</th><th>CUANTÍA DEL AMPARO – SUFICIENCIA DE LA GARANTÍA</th><th>VIGENCIA DEL AMPARO</th></tr><tr><td>Cumplimiento general</td><td>Diez por ciento (10%) del valor del contrato</td><td>Por el término de ejecución del contrato y seis (06) meses más</td></tr></table>	GARANTÍA SOLICITADA	CUANTÍA DEL AMPARO – SUFICIENCIA DE LA GARANTÍA	VIGENCIA DEL AMPARO	Cumplimiento general	Diez por ciento (10%) del valor del contrato	Por el término de ejecución del contrato y seis (06) meses más
GARANTÍA SOLICITADA	CUANTÍA DEL AMPARO – SUFICIENCIA DE LA GARANTÍA	VIGENCIA DEL AMPARO					
Cumplimiento general	Diez por ciento (10%) del valor del contrato	Por el término de ejecución del contrato y seis (06) meses más					





	<table><tr><td>Calidad del Servicio</td><td>Diez por ciento (10%) del valor del contrato</td><td>Por el término de ejecución del contrato y seis (06) meses más</td></tr><tr><td>Calidad de los bienes</td><td>Diez por ciento (10%) del valor del contrato</td><td>Por el término de ejecución del contrato y seis (06) meses más</td></tr><tr><td>Pago de salarios, prestaciones sociales legales e Indemnizaciones laborales:</td><td>Cinco por ciento (5%) del valor del contrato</td><td>Por el término de ejecución del contrato y tres (03) años más</td></tr><tr><td>Garantía De Responsabilidad Civil Extracontractual</td><td>Igual al periodo de ejecución del Contrato.</td><td>Doscientos (200) salarios mínimos mensuales legales vigentes</td></tr></table> El contratista deberá hacer entrega de estas garantías a la entidad, las cuales serán aprobadas por la misma. El contratista se obliga a ajustar las garantías a la fecha de inicio del contrato y a ampliar, modificar y prorrogar las mismas, en el evento en que se aumente el valor del contrato o se prorrogue o suspenda su vigencia. Si El Contratista se negare a constituir las garantías o sus prórrogas, La Entidad dará por terminado el contrato en el estado en que se encuentre, sin que por este hecho la misma deba reconocer o pagar indemnización alguna, quedando a salvo las acciones judiciales que deba emprender la Entidad, para obtener el resarcimiento de los perjuicios que ésta renuncia le acarree. La aseguradora responderá al Departamento por el pago de todas las sumas que sean exigibles al Contratista, por razón del incumplimiento de cualquiera de las obligaciones derivadas del contrato. La garantía deberá ser expedida en la misma moneda del contrato. El hecho de la constitución de estos amparos no exonera a El Contratista de las responsabilidades legales en relación con los riesgos asegurados. El Contratista deberá mantener vigente las garantías a que se refiere esta cláusula y será de su cargo el pago de todas las primas y demás erogaciones de constitución, mantenimiento y restablecimiento inmediato de su monto, cada vez que se disminuya o agote por razón de las sanciones que se impongan.	Calidad del Servicio	Diez por ciento (10%) del valor del contrato	Por el término de ejecución del contrato y seis (06) meses más	Calidad de los bienes	Diez por ciento (10%) del valor del contrato	Por el término de ejecución del contrato y seis (06) meses más	Pago de salarios, prestaciones sociales legales e Indemnizaciones laborales:	Cinco por ciento (5%) del valor del contrato	Por el término de ejecución del contrato y tres (03) años más	Garantía De Responsabilidad Civil Extracontractual	Igual al periodo de ejecución del Contrato.	Doscientos (200) salarios mínimos mensuales legales vigentes
Calidad del Servicio	Diez por ciento (10%) del valor del contrato	Por el término de ejecución del contrato y seis (06) meses más											
Calidad de los bienes	Diez por ciento (10%) del valor del contrato	Por el término de ejecución del contrato y seis (06) meses más											
Pago de salarios, prestaciones sociales legales e Indemnizaciones laborales:	Cinco por ciento (5%) del valor del contrato	Por el término de ejecución del contrato y tres (03) años más											
Garantía De Responsabilidad Civil Extracontractual	Igual al periodo de ejecución del Contrato.	Doscientos (200) salarios mínimos mensuales legales vigentes											
NÚMERO DE OFERENTES	1												
PROPONENTE ADJUDICATARIO	<table><tr><td>Adjudicatario</td><td>Valor Adjudicado</td></tr><tr><td>Click360 S.A.S</td><td>500.000.000 COP</td></tr></table>		Adjudicatario	Valor Adjudicado	Click360 S.A.S	500.000.000 COP							
Adjudicatario	Valor Adjudicado												
Click360 S.A.S	500.000.000 COP												

D. ESTUDIO DE LA OFERTA

1. ¿Quién puede prestar el servicio?

La guía para para la elaboración de estudio de sector, concierne que; la Gobernación de Córdoba 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.

Descripción de los servicios principales contratados de acuerdo al medio de comunicación:

- Televisión: Se compran segundos.
- Prensa: Se compran columnas por centímetros.
- Revistas: Se compran páginas o porciones de estas.
- Radio: Aquí se pueden comprar espacios (cuñas), contratar "chivos" y patrocinar programas.
- Exterior: Se compran circuitos, es decir, conjuntos de soportes (kioscos, marquesinas, carteleras, lonas, vallas, mupis etc.) distribuidos por las ciudades.
- Internet: Existen varias modalidades de compra, las más extendidas son: "
 - Se compran impresiones (CPM), cada vez que algún internauta descarga y ve el anuncio.
 - Se compran clics (CPC), cada vez que algún internauta hace clic con el ratón sobre el anuncio.





- Se compra a porcentaje (CPA), en este caso se busca la venta de un producto y el anunciante paga a la agencia una cantidad por cada venta del producto que se consiga de un internauta que llegó a través de la publicidad online.

Empresas de Actividades de servicios relacionados con la impresion en CORDOBA

Empresa	Localidad	Departamento	Teléfono
Magenta Group S A S	Monteria	Cordoba	3213237332
Damaigan S A S	Monteria	Cordoba	3107481183
Comercializadora El Gran Sabanero S A S	Sahagun	Cordoba	3013479826
Son Impresores S A S	Monteria	Cordoba	6047815376
Impresores Unidos De Loric S A S	Lorica	Cordoba	6047736018
Graficorel S A S	Monteria	Cordoba	3135713805
Multimpreso De Valores Ltda	Monteria	Cordoba	6047815230
Sant Angelo S A S	Monteria	Cordoba	3102105873
Tu Cupon Monteria S A S	Monteria	Cordoba	6047950112
Hugo Express S A S	Monteria	Cordoba	6047893163
Domus Diseno Impresion Y Publicidad Sas	Sahagun	Cordoba	6043065036
Eskemas Sas	Chinu	Cordoba	3142593010
Graficas La Mejor Impresion Innovadores De Ideas S A S	Monteria	Cordoba	3145390707

Fuente: https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/actividad/180_ACTIVIDADES-DE-IMPRESION-Y-DE-PRODUCCION-DE-COPIAS-A-PARTIR-DE-GRABACIONES-ORIGINALES/localidad_monteria

En este punto la entidad estatal analizará entre otras razones quién puede comercializar el bien y/o servicio, precisando lo anterior la entidad procede a dejar constancia que el objeto de la presente contratación puede ser comercializado por: Entidades públicas o privadas dedicadas afines a la del objeto contractual, con capacidad legal y operativa para realizar las actividades a que se refieren las especificaciones del contrato a celebrar, Por consiguiente; se detalla a continuación algunos de los oferentes que pueden prestar el servicio.

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.

VALOR DEL CONTRATO A CELEBRAR: El presupuesto oficial para la presente contratación es la suma de **MIL TREINTA Y TRES MILLONES CUATROCIENTOS NOVENTA Y OCHO MIL NOVECIENTOS VEINTE PESOS M/CTE (\$1.033.498.920)** Incluido el valor del IVA y demás impuestos y/o tasas y/o contribuciones que llegaran a causarse y demás descuentos de carácter departamental vigentes al momento de la apertura del presente proceso y/o pago de las cuentas y costos directos o indirectos que la ejecución del contrato conlleve.

ESTRATEGIA DE IEC INFORMACIÓN, EDUCACIÓN, Y COMUNICACIÓN DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO DE LA SALUD DE CÓRDOBA - PLAN DE MEDIOS								
Línea estratégica	Actividad	Cantidad	Unidad	Canal	Servicio/Descripción	Medio de verificación	Valor unitario IVA Incluida	Valor Total
Actividades de información, educación y comunicación en	Actualización de estrategia de IEC Información, Educación y	1	Documento: estrategia de comunicación línea salud mental	Digital	Actualización de estrategia de comunicación, actualizando: Objetivos gráficas - Imagen	Documento con contenidos, en línea gráfica institucional, Pantallazo cargue	\$ 3.819.560	\$ 3.819.560





SALUD MENTAL	Comunicación de la Secretaría de Desarrollo de la Salud de Córdoba SDSC a través del diseño, producción y difusión de contenido educativo e informativo, orientado a fortalecer prácticas de prevención y cuidado en salud ambiental en el territorio departamental, en la línea estratégica TODOS POR LA SALUD MENTAL				- Estilo del lenguaje para la creación de contenido - Línea de mensaje de divulgación para medios - Público objeto de la campaña / impacto o métricas de alcance	(micrositio Gobernación de Córdoba), Entrega copia digital a la SDSC		
		50	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM, con información y educación relacionada con salud mental , previamente concertada con el área	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance y grabación de la cuña al aire en emisora AM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 202.300	\$ 10.115.000
		50	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM, con información y educación relacionada con salud mental , previamente concertada con el área	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance y grabación de la cuña al aire en emisora FM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 238.000	\$ 11.900.000
		50	Pautas digitales	Digital	Pautas digitales de contenido audiovisual a través de plataformas de medios de comunicación digital del departamento con temas relacionados a la promoción de la salud mental, el autocuidado emocional y la reducción del estigma asociado a los trastornos mentales.	Pantallazo, con métrica y alcance en medios digitales, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC, Entrega copia digital a la SDSC	\$ 714.000	\$ 35.700.000
		50	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas tipo historia relacionadas con temas de salud mental.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 13.090.000
		50	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas infográficas tipo post relacionadas con temas de suicidio y violencia basada en género	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 13.090.000
		10	Reel (videos cortos) digitales	Digital	Producción de reels con una duración de 15 a 30 segundos sobre temas relacionados con salud mental	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 9.520.000
		5	Cartilla digital	Digital	Diseño de cartillas digitales en formato PDF de tres (3) páginas cada una con información acerca de suicidio y violencia basada en género.	Pantallazo de cargue en landing page, Entrega copia digital a la SDSC, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 714.000	\$ 3.570.000
		5	Video pedagógico	Digital	Producción de videos informativos y pedagógicos de 1 minuto para las redes sociales de la entidad, relacionados con el suicidio y la prevención de la violencia de género.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la	\$ 952.000	\$ 4.760.000





						supervisión de la SDSC		
		1	Landing page (Página de aterrizaje)	Digital	Desarrollo de landing page informativa para actividades BTL que incluya canales de comunicación, cronograma de actividades, material audiovisual, documentos guía con información relevante, diseño de la campaña, incluye suscripción paga hasta 31/12/2026. Relacionada con la estrategia	Pantallazo de cargue, Link de la Landig page, Métrica de visitas a la Landig page, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 4.760.000	\$ 4.760.000
SUBTOTAL								\$ 110.324.560
Línea estratégica	Actividad	Cantidad	Unidad	Canal	Servicio/Descripción	Medio de verificación	Valor unitario IVA Includa	Valor Total
Actividades de información, educación y comunicación en Salud Ambiental / Inocuidad	Actualización de estrategia de IEC Información, Educación y Comunicación de la Secretaría de Desarrollo de la Salud de Córdoba SDSC a través del diseño, producción y difusión de contenido educativo e informativo, orientado a fortalecer prácticas de prevención y cuidado en salud ambiental en el territorio departamental, en la línea estratégica SALUD AMBIENTAL / INOCUIDAD	1	Documento: estrategia de comunicación Salud Ambiental	Digital	Actualización de estrategia de comunicación, actualizando: - Objetivos - Imagen gráfica - Estilo del lenguaje para la creación de contenido - Línea de mensaje de divulgación para medios - Público objeto de la campaña / impacto o métricas de alcance	Documento con contenidos, en línea gráfica institucional, Pantallazo cargue (micrositio Gobernación de Córdoba), Entrega copia digital a la SDSC	\$ 3.819.560	\$ 3.819.560
		2	NA	NA	TÉCNICO II: Técnico en fotografía y/o video, con más de un (1) año de experiencia laboral certificada Por 3 meses	Hoja de vida, documentos soportes de Hoja de vida, Seguridad Social	\$ 2.136.000	\$ 12.816.000
		50	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM, con información y educación relacionada con Inocuidad de alimentos , previamente concertada con el área	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance y grabación de la cuña al aire en emisora AM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 202.300	\$ 10.115.000
		50	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM, con información y educación relacionada con Inocuidad de alimentos , previamente concertada con el área	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance y grabación de la cuña al aire en emisora FM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 238.000	\$ 11.900.000
		55	Pautas digitales	Digital	Pautas digitales de contenido audiovisual a través de plataformas de medios de comunicación digital del departamento con temas relacionados a la manipulación, almacenamiento, Conservación, prevención de las ETA	Pantallazo, con métrica y alcance en medios digitales, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC, Entrega copia digital a la SDSC	\$ 714.000	\$ 39.270.000
		60	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas tipo historia relacionadas con temas de Inocuidad de alimentos	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 15.708.000
		60	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas infográficas tipo post relacionadas con	Entrega en medio magnético del	\$ 261.800	\$ 15.708.000





				temas de suicidio y violencia basada en genero	contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC		
10	Reel (videos cortos) digitales	Digital		Producción de reels con una duración de 15 a 30 segundos sobre temas relacionados con Inocuidad de alimentos	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 9.520.000
10	Cartilla digital	Digital		Diseño de cartillas digitales en formato PDF de tres (3) páginas cada una con información acerca de manipulación, almacenamiento, Conservación, prevención de las ETA	Pantallazo de cargue en landing page, Entrega copia digital a la SDSC, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 714.000	\$ 7.140.000
12	Video pedagógico	Digital		Producción de videos informativos y pedagógicos de 1 minuto para las redes sociales de la entidad, relacionados con el manipulación, almacenamiento, Conservación, prevención de las ETA	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 11.424.000
1	Landing page (Página de aterrizaje)	Digital		Desarrollo de landing page informativa para actividades BTL que incluya canales de comunicación, cronograma de actividades, material audiovisual, documentos guía con información relevante, diseño de la campaña, incluye suscripción paga hasta 31/12/2026. Relacionada con la estrategia	Pantallazo de cargue, Link de la Landig page, Métrica de visitas a la Landig page, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 4.760.000	\$ 4.760.000
3	Video institucional	Digital		Producción de video institucional en formato horizontal y vertical, de 1 minuto sobre la Gestión Integral de Salud Ambiental.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 1.190.000	\$ 3.570.000
3	Video institucional	Digital		Producción de video institucional en formato horizontal y vertical, de 1 minuto sobre efectos del cambio climático y su abordaje desde la entidad.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 1.190.000	\$ 3.570.000
2	Video institucional	Digital		Producción de video institucional en formato horizontal y vertical, de 1 minuto sobre las competencias territoriales para emisión de concepto sanitario en establecimientos de interés en salud pública.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 1.190.000	\$ 2.380.000
2	Video institucional	Digital		Producción de video institucional en formato horizontal y vertical, de 1 minuto haciendo énfasis en la consciencia ambiental.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 1.190.000	\$ 2.380.000
15	Pautas digitales	Digital		Pautas digitales de contenido audiovisual a través de plataformas de medios de comunicación digital del	Pantallazo, con métrica y con alcance en medios digitales, Certificado emitido por	\$ 714.000	\$ 10.710.000





				departamento.	parte del apoyo a la supervisión de la SDSC, Entrega copia digital a la SDSC		
		21	Pieza historia	Digital	Diseño de piezas tipo historia relacionadas con temas de salud ambiental .	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800 \$ 5.497.800
		20	Infografía	Digital	Diseño de piezas infográficas tipo post relacionadas con temas de salud ambiental e inocuidad	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800 \$ 5.236.000
		17	Reel (videos cortos) digitales	Digital	Producción de reels con una duración de 15 a 30 segundos sobre temas relacionados con salud ambiental e inocuidad	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000 \$ 16.184.000
		2	Cartilla digital	Digital	Diseño de cartillas digital en formato PDF de tres (3) páginas cada una con información acerca de apoyo para las Asistencias Técnicas en temas higiene y manipulación de alimentos .	Pantallazo de cargue en landing page, Entrega copia digital a la SDSC, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 714.000 \$ 1.428.000
		2	Cartilla digital	Digital	Diseño de cartillas digital en formato PDF de tres (3) páginas cada una con información acerca de temas diseño e implementación de planes de saneamiento en establecimientos de interés en salud pública .	Pantallazo de cargue en landing page, Entrega copia digital a la SDSC, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 714.000 \$ 1.428.000
		2	Cartilla digital	Digital	Diseño de cartillas digital en formato PDF de tres (3) páginas cada una con información acerca de temas inocuidad y calidad de los alimentos .	Pantallazo de cargue en landing page, Entrega copia digital a la SDSC, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 714.000 \$ 1.428.000
		1	Video institucional	Digital	Producción de videos institucional , guion y entrega final sobre competencias territoriales para emisión de concepto sanitario en establecimientos de interés en salud pública .	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 476.000 \$ 476.000
		4	Video institucional	Digital	Producción de videos institucional , guion y entrega final sobre inocuidad y consciencia ambiental .	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 476.000 \$ 1.904.000
		4	Video informativos y pedagógicos	Digital	Producción de videos informativos y pedagógicos cortos para redes sociales, guion y entrega final sobre gestión Integral de Salud Ambiental e inocuidad	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 476.000 \$ 1.904.000
		2	Video institucional	Digital	Producción de videos institucional , guion y entrega final sobre efectos del cambio	Entrega en medio magnético del contenido producido y	\$ 476.000 \$ 952.000





					climático y su abordaje desde la entidad.	enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC		
		28	Reel (videos cortos) digitales	Digital	Producción de reels, guion y entrega final sobre temas de salud ambiental	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 476.000	\$ 13.328.000
SUBTOTAL								\$ 214.556.360
Línea estratégica	Actividad	Cantidad	Unidad	Canal	Servicio/Descripción	Medio de verificación	Valor unitario IVA Incluida	Valor Total
Actividades de información, educación y comunicación en la línea estratégica ETV y Zoonosis	Actualización de estrategia de IEC Información, Educación y Comunicación de la Secretaría de Desarrollo de la Salud de Córdoba SDSC a través del diseño, producción y difusión de contenido educativo e informativo, orientado a fortalecer prácticas de prevención y cuidado en salud ambiental en el territorio departamental, en la línea estratégica ETV y ZOONOSIS	1	N/A	N/A	Profesional universitario II: Profesionales en comunicación social con mínimo un (01) año de experiencia profesional certificada Por 3 meses	Hoja de vida, documentos soportes de Hoja de Vida, Seguridad Social	\$ 4.510.000	\$ 13.530.000
		1	Documento: estrategia de comunicación línea salud mental	Digital	Actualización de estrategia de comunicación, actualizando: - Objetivos - Imagen gráfica - Estilo del lenguaje para la creación de contenido - Línea de mensaje de divulgación para medios - Público objeto de la campaña / impacto o métricas de alcance	Documento con contenidos, en línea gráfica institucional, Pantallazo cargue (micrositio Gobernación de Córdoba), Entrega copia digital a la SDSC	\$ 3.819.560	\$ 3.819.560
		33	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM, con información y educación relacionada con ETV y Zoonosis, previamente concertada con el área	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance y grabación de la cuña al aire en emisora AM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 202.300	\$ 6.675.900
		33	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM, con información y educación relacionada con ETV y Zoonosis, previamente concertada con el área	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance y grabación de la cuña al aire en emisora FM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 238.000	\$ 7.854.000
		30	Pautas digitales	Digital	Pautas digitales de contenido audiovisual a través de plataformas de medios de comunicación digital del departamento con temas relacionados a la Prevención y control de enfermedades transmitidas por vectores, tenencia responsable de animales y Vigilancia comunitaria y promoción de consulta oportuna frente a eventos zoonóticos y ETV.	Pantallazo, con alcance en medios digitales, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC, Entrega copia digital a la SDSC	\$ 714.000	\$ 21.420.000
		40	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas tipo historia relacionadas con temas de Prevención y control de enfermedades transmitidas por	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de	\$ 261.800	\$ 10.472.000





					vectores, tenencia responsable de animales y Vigilancia comunitaria y promoción de consulta oportuna frente a eventos zoonóticos y ETV.	Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC		
		40	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas infográficas tipo post relacionadas con temas de Prevención y control de enfermedades transmitidas por vectores, tenencia responsable de animales y Vigilancia comunitaria y promoción de consulta oportuna frente a eventos zoonóticos y ETV.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 10.472.000
		12	Reel (videos cortos) digitales	Digital	Producción de reels con una duración de 15 a 30 segundos sobre temas relacionados con Prevención y control de enfermedades transmitidas por vectores, tenencia responsable de animales y Vigilancia comunitaria y promoción de consulta oportuna frente a eventos zoonóticos y ETV.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 11.424.000
		5	Cartilla digital	Digital	Diseño de cartillas digitales en formato PDF de tres (3) páginas cada una con información acerca de ETV y Zoonosis	Pantallazo de cargue en landing page, Entrega copia digital a la SDSC, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 714.000	\$ 3.570.000
		5	Video pedagógico	Digital	Producción de videos informativos y pedagógicos de 1 minuto para las redes sociales de la entidad, relacionados con el ETV y Zoonosis	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 4.760.000
		1	Landing page (Página de aterrizaje)	Digital	Desarrollo de landing page informativa para actividades BTL que incluya canales de comunicación, cronograma de actividades, material audiovisual, documentos guía con información relevante, diseño de la campaña, incluye suscripción paga hasta 31/12/2026. Relacionada con la estrategia	Pantallazo de cargue, Link de la Landig page, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 4.760.000	\$ 4.760.000
SUBTOTAL								\$ 98.757.460
Línea estratégica	Actividad	Ca nti dad	Unidad	Canal	Servicio/Descripción	Medio de verificación	Valor unitario IVA Incluida	Valor Total
Actividades de información, educación y comunicación en la línea estratégica CÁNCER	Actualización de estrategia de IEC Información, Educación y Comunicación de la Secretaría de Desarrollo de la Salud de Córdoba SDSC a través del diseño, producción y difusión de contenido educativo e informativo, orientado a fortalecer prácticas de prevención y cuidado en salud	2	N/A	N/A	TÉCNICO II: Técnico en diseño gráfico, con más de un (1) año de experiencia laboral certificada Por 3 meses	Hoja de vida, documentos soportes de Hoja de Vida, Seguridad Social	\$ 2.136.000	\$ 12.816.000
		1	Documento: estrategia de comunicación Cáncer	Digital	Actualización de estrategia de comunicación, actualizando: - Imagen gráfica - Estilo del lenguaje para la creación de contenido - Línea de mensaje de divulgación para medios - Público objeto de la campaña / impacto o métricas de alcance	Documento con contenidos, en línea gráfica institucional, Pantallazo cargue (micrositio Gobernación de Córdoba), Entrega copia digital a la SDSC	\$ 3.819.560	\$ 3.819.560
		31	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM, con información y educación relacionada con citología, autoexamen, examen de próstata, cáncer infantil,	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance/ métrica y grabación de la cuña al aire en	\$ 202.300	\$ 6.271.300





	en el territorio departamental, en la línea estratégica CANCER				previamente concertada con el área	emisora AM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área		
		31	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM, con información y educación relacionada con citología, autoexamen, examen de próstata, cáncer infantil. , previamente concertada con el área	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance/métrica y grabación de la cuña al aire en emisora FM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 238.000	\$ 7.378.000
		30	Pautas digitales	Digital	Pautas digitales de contenido audiovisual a través de plataformas de medios de comunicación digital del departamento con temas relacionados a la Salud mental en el proceso de diagnóstico y tratamiento de cáncer y prevención de diferentes tipos de cáncer y detección oportuna	Pantallazo, con alcance en medios digitales, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC, Entrega copia digital a la SDSC	\$ 714.000	\$ 21.420.000
		40	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas tipo historia relacionadas con temas de Prevención y control de Salud mental en el proceso de diagnóstico y tratamiento de cáncer y prevención de diferentes tipos de cáncer y detección oportuna	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 10.472.000
		40	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas infográficas tipo post relacionadas con temas de Prevención y control de enfermedad F68:F71les y Vigilancia comunitaria y promoción de consulta oportuna frente a eventos zoonóticos y ETV.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 10.472.000
		14	Reel (videos cortos) digitales	Digital	Producción de reels con una duración de 15 a 30 segundos sobre temas relacionados con Salud mental en el proceso de diagnóstico y tratamiento de cáncer y prevención de diferentes tipos de cáncer y detección oportuna	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 13.328.000
		6	Video pedagógico	Digital	Producción de videos informativos y pedagógicos de 1 minuto para las redes sociales de la entidad, relacionados con el citología, autoexamen, examen de próstata, cáncer infantil.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 5.712.000
		1	Landing page (Página de aterrizaje)	Digital	Desarrollo de landing page informativa para actividades BTL que incluya canales de comunicación, cronograma de actividades, material audiovisual, documentos guía con información relevante, diseño de la campaña, incluye suscripción paga hasta 31/12/2026. Relacionada con la estrategia	Pantallazo de cargue, Link de la Landig page, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 4.760.000	\$ 4.760.000
		SUBTOTAL						\$ 96.448.860
Línea estratégica	Actividad	Cantidad	Unidad	Canal	Servicio/Descripción	Medio de verificación	Valor unitario IVA Incluida	Valor Total
Actividades de	Actualización de	1	N/A	N/A	Profesional universitario II:	Hoja de vida,	\$	\$ 13.530.000





información, educación y comunicación en la línea estratégica POR UNA MEJOR SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA	estrategia de IEC Información, Educación y Comunicación de la Secretaría de Desarrollo de la Salud de Córdoba SDSC a través del diseño, producción y difusión de contenido educativo e informativo, orientado a fortalecer prácticas de prevención y cuidado en salud ambiental en el territorio departamental, en la línea estratégica SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA			Profesionales en trabajo social con mínimo un (01) año de experiencia profesional certificada Por 3 meses	documentos soportes de Hoja de Vida, Seguridad Social	4.510.000	
	1	Documento: estrategia de comunicación Salud Sexual y Reproductiva	Digital	Diseño de estrategia de comunicación para línea de Salud Sexual , que incluye: - Objetivos - Imagen gráfica - Estilo del lenguaje para la creación de contenido - Línea de mensaje de divulgación para medios - Público objeto de la campaña / impacto o métricas de alcance	Documento con contenidos, en línea gráfica institucional, Pantallazo cargue (micrositio Gobernación de Córdoba), Entrega copia digital a la SDSC	\$ 3.819.560	\$ 3.819.560
	30	Cuña radial	Radial	Producción y emisión de cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM con cobertura departamental/regional con información educativa sobre ruta materno perinatal, planificación a través de preservativos durante la gestación y lactancia, con el fin de prevenir la transmisión de enfermedades; Interrupción voluntaria del embarazo, que no lo vean como un método de planificación; Signos de alarma durante la gestación, sexualidad responsable y sana con el fin de prevenir las infecciones de transmisión sexual VIH - SIDA, hepatitis B y C y controlar la transmisión de estas ITS; Que la mujer cuando llegue al parto haya decidido el método de planificación para evitar embarazos que pongan en riesgo la salud de la mujer.	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance/métrica y grabación de la cuña al aire en emisora AM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 202.300	\$ 6.069.000
	30	Cuña radial	Radial	Producción y emisión de cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM con cobertura departamental/regional con información educativa sobre ruta materno perinatal, planificación a través de preservativos durante la gestación y lactancia, con el fin de prevenir la transmisión de enfermedades; Interrupción voluntaria del embarazo, que no lo vean como un método de planificación; Signos de alarma durante la gestación, sexualidad responsable y sana con el fin de prevenir las infecciones de transmisión sexual VIH - SIDA, hepatitis B y C y controlar la transmisión de estas ITS; Que la mujer cuando llegue al parto haya decidido el método de planificación para evitar embarazos que pongan en riesgo la salud de la mujer.	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance/métrica y grabación de la cuña al aire en emisora FM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 238.000	\$ 7.140.000
	20	Video	Digital	Producción de videos con testimonios de expertos en formato horizontal y vertical, de 1 minuto sobre el uso de preservativos, ruta materno perinatal, planificación a través de preservativos durante la gestación y lactancia, con el fin de prevenir la transmisión de	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 19.040.000





					enfermedades; Interrupción voluntaria del embarazo, que no lo vean como un método de planificación; Signos de alarma durante la gestación, sexualidad responsable y sana con el fin de prevenir las infecciones de transmisión sexual VIH - SIDA, hepatitis B y C y controlar la transmisión de estas ITS; Que la mujer cuando llegue al parto haya decidido el método de planificación para evitar embarazos que pongan en riesgo la salud de la mujer.			
		4	Video animado	Digital	Producción de contenido animado en video para contar rutras de atención de temas de gestantes e ITS, formato vertical y horizontal.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 3.808.000
		60	Pieza para historia	Digital	Diseño de piezas graficas tipo historia por mes sobre mitos alrededor del cuidado de la salud sexual.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 15.708.000
		50	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas infográficas tipo post relacionadas sobre sobre el uso de preservativos, ruta materno perinatal, planificación a través de preservativos durante la gestación y lactancia, con el fin de prevenir la transmisión de enfermedades; Interrupción voluntaria del embarazo, que no lo vean como un método de planificación; Signos de alarma durante la gestación, sexualidad responsable y sana con el fin de prevenir las infecciones de transmisión sexual VIH - SIDA, hepatitis B y C y controlar la transmisión de estas ITS; Que la mujer cuando llegue al parto haya decidido el método de planificación para evitar embarazos que pongan en riesgo la salud de la mujer.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 13.090.000
		12	Reel (videos cortos) digitales	Digital	Producción de reels con una duración de 15 a 30 segundos sobre temas relacionados sobre sobre el uso de preservativos, ruta materno perinatal, planificación a través de preservativos durante la gestación y lactancia, con el fin de prevenir la transmisión de enfermedades; Interrupción voluntaria del embarazo, que no lo vean como un método de planificación; Signos de alarma durante la gestación, sexualidad responsable y sana con el fin de prevenir las infecciones de transmisión sexual VIH - SIDA, hepatitis B y C y controlar la transmisión de estas ITS; Que la mujer cuando llegue al parto haya decidido el método de planificación para	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 11.424.000





					evitar embarazos que pongan en riesgo la salud de la mujer.			
		8	Video pedagógico	Digital	Producción de videos informativos y pedagógicos de 1 minuto para las redes sociales de la entidad, relacionados con el sobre el uso de preservativos, ruta materno perinatal, planificación a través de preservativos durante la gestación y lactancia, con el fin de prevenir la transmisión de enfermedades; Interrupción voluntaria del embarazo, que no lo vean como un método de planificación; Signos de alarma durante la gestación, sexualidad responsable y sana con el fin de prevenir las infecciones de transmisión sexual VIH - SIDA, hepatitis B y C y controlar la transmisión de estas ITS; Que la mujer cuando llegue al parto haya decidido el método de planificación para evitar embarazos que pongan en riesgo la salud de la mujer.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 7.616.000
		1	Landing page (Página de aterrizaje)	Digital	Desarrollo de landing page informativa para actividades BTL que incluya canales de comunicación, cronograma de actividades, material audiovisual, documentos guía con información relevante, diseño de la campaña, incluye suscripción paga hasta 31/12/2026. Relacionada con la estrategia	Pantallazo de cargue, Link de la Landig page, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 4.760.000	\$ 4.760.000
SUBTOTAL								\$ 106.004.560
Línea estratégica	Actividad	Cantidad	Unidad	Canal	Servicio/Descripción	Medio de verificación	Valor unitario IVA Incluida	Valor Total
Actividades de información, educación y comunicación en el marco de la línea estratégica: POR UNA NIÑEZ SANA, NUTRIDA E INMUNIZADA	Actualización de estrategia de IEC Información, Educación y Comunicación de la Secretaría de Desarrollo de la Salud de Córdoba SDSC a través del diseño, producción y difusión de contenido comunicativo e informativo, orientado a fortalecer prácticas de prevención y cuidado en salud ambiental en el territorio departamental, en la línea estratégica POR UNA NIÑEZ SANA, NUTRIDA E INMUNIZADA	2	N/A	N/A	TÉCNICO II: Técnico en realización audiovisual, con más de un (1) año de experiencia laboral certificada Por 3 meses	Hoja de vida, documentos soportes de Hoja de Vida, Seguridad Social	\$ 2.136.000	\$ 12.816.000
		1	Documento: estrategia de comunicación línea NIÑEZ SANA Y NUTRIDA	Digital	Actualización de estrategia de comunicación, actualizando: - Objetivos - Imagen gráfica - Estilo del lenguaje para la creación de contenido - Línea de mensaje de divulgación para medios - Público objeto de la campaña / impacto o métricas de alcance	Documento con contenidos, en línea gráfica institucional, Pantallazo cargue (micrositio Gobernación de Córdoba), Entrega copia digital a la SDSC	\$ 3.819.560	\$ 3.819.560
		30	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM, con información y educación relacionada con Niñez Sana: Crecimiento y desarrollo integral, Niñez Nutrida: Alimentación saludable y prevención de la desnutrición y Niñez Inmunizada: Protección contra enfermedades prevenibles - Vacunación, previamente concertada con el área	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance y grabación de la cuña al aire en emisora AM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 202.300	\$ 6.069.000
		30	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM, con	Certificado de emisión, que contenga reporte	\$ 238.000	\$ 7.140.000





				información y educación relacionada con Niñez Sana: Crecimiento y desarrollo integral, Niñez Nutrida: Alimentación saludable y prevención de la desnutrición y Niñez Inmunizada: Protección contra enfermedades prevenibles - Vacunación, previamente concertada con el área	del operador del impacto/alcance y grabación de la cuña al aire en emisora FM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área			
		40	Pautas digitales	Digital	Pautas digitales de contenido audiovisual a través de plataformas de medios de comunicación digital del departamento con temas relacionados a la Niñez Sana: Crecimiento y desarrollo integral, Niñez Nutrida: Alimentación saludable y prevención de la desnutrición y Niñez Inmunizada: Protección contra enfermedades prevenibles - Vacunación.	Pantallazo, con alcance en medios digitales, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC, Entrega copia digital a la SDSC	\$ 714.000	\$ 28.560.000
		40	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas tipo historia relacionadas con temas de Prevención y control de Niñez Sana: Crecimiento y desarrollo integral, Niñez Nutrida: Alimentación saludable y prevención de la desnutrición y Niñez Inmunizada: Protección contra enfermedades prevenibles - Vacunación.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 10.472.000
		40	Pautas digitales	Digital	Diseño de piezas infográficas tipo post relacionadas con temas de Niñez Sana: Crecimiento y desarrollo integral, Niñez Nutrida: Alimentación saludable y prevención de la desnutrición y Niñez Inmunizada: Protección contra enfermedades prevenibles - Vacunación.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 10.472.000
		12	Reel (videos cortos) digitales	Digital	Producción de reels con una duración de 15 a 30 segundos sobre temas relacionados con Niñez Sana: Crecimiento y desarrollo integral, Niñez Nutrida: Alimentación saludable y prevención de la desnutrición y Niñez Inmunizada: Protección contra enfermedades prevenibles - Vacunación.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 11.424.000
		5	Cartilla digital	Digital	Diseño de cartillas digitales en formato PDF de tres (3) páginas cada una con información acerca de Niñez Sana: Crecimiento y desarrollo integral, Niñez Nutrida: Alimentación saludable y prevención de la desnutrición y Niñez Inmunizada: Protección contra enfermedades prevenibles - Vacunación	Pantallazo de cargue en landing page, Entrega copia digital a la SDSC, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 714.000	\$ 3.570.000
		5	Video pedagógico	Digital	Producción de videos informativos y pedagógicos de 1 minuto para las redes sociales de la entidad, relacionados con Niñez Sana: Crecimiento y desarrollo integral, Niñez	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por	\$ 952.000	\$ 4.760.000





					Nutrida: Alimentación saludable y prevención de la desnutrición y Niñez Inmunizada: Protección contra enfermedades prevenibles - Vacunación	parte del apoyo a la supervisión de la SDSC		
		1	Landing page (Página de aterrizaje)	Digital	Desarrollo de landing page informativa para actividades BTL que incluya canales de comunicación, cronograma de actividades, material audiovisual, documentos guía con información relevante, diseño de la campaña, incluye suscripción paga hasta 31/12/2026. Relacionada con la estrategia	Pantallazo de cargue, Link de la Landig page, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 4.760.000	\$ 4.760.000
SUBTOTAL								\$ 103.862.560
Línea estratégica	Actividad	Ca nti dad	Unidad	Canal	Servicio/Descripción	Medio de verificación	Valor unitario IVA Incluida	Valor Total
Actividades de información, educación y comunicación en la línea estratégica CRÓNICOS IDENTIFICADOS TEMPRANAMENT E	Actualización de estrategia de IEC Información, Educación y Comunicación de la Secretaría de Desarrollo de la Salud de Córdoba SDSC a través del diseño, producción y difusión de contenido educucomunicativ o e informativo, orientado a fortalecer prácticas de prevención y cuidado en salud ambiental en el territorio departamental, en la línea estratégica CRÓNICOS IDENTIFICADOS TEMPRANAMENT E	1	N/A	N/A	Profesional universitario II: Profesionales en trabajo social con mínimo un (01) año de experiencia profesional certificada Por 3 meses	Hoja de vida, documentos soportes de Hoja de Vida, Seguridad Social	\$ 4.510.000	\$ 13.530.000
		1	Documento: estrategia de comunicación línea salud mental	Digital	Actualización de estrategia de comunicación, actualizando: - Objetivos - Imagen gráfica - Estilo del lenguaje para la creación de contenido - Línea de mensaje de divulgación para medios - Público objeto de la campaña / impacto o métricas de alcance	Documento con contenidos, en línea gráfica institucional, Pantallazo cargue (micrositio Gobernación de Córdoba), Entrega copia digital a la SDSC	\$ 3.819.560	\$ 3.819.560
		30	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras AM, con información y educación relacionada con1) Salud Oral en menores de edad, gestantes y población en general, 2)Estilos y hábitos de vida saludables: promoción de la actividad física, alimentación saludable, prevención de enfermedades crónicas Hipertensión Arterial HTA-y Diabetes Mellitus-DM y 3)Agudeza visual. previamente concertada con el área	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance y grabación de la cuña al aire en emisora AM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 202.300	\$ 6.069.000
		30	Cuña radial	Radial	Cuñas radiales de 25 segundos en emisoras FM, con información y educación relacionada con1) Salud Oral en menores de edad, gestantes y población en general, 2)Estilos y hábitos de vida saludables: promoción de la actividad física, alimentación saludable, prevención de enfermedades crónicas Hipertensión Arterial HTA-y Diabetes Mellitus-DM y 3)Agudeza visual. previamente concertada con el área	Certificado de emisión, que contenga reporte del operador del impacto/alcance y grabación de la cuña al aire en emisora FM, Entrega copia digital a la SDSC, Acta de concertación de contenidos con el referente del área	\$ 238.000	\$ 7.140.000
		40	Pautas digitales	Digital	Pautas digitales de contenido audiovisual a través de plataformas de medios de comunicación digital del departamento con temas	Pantallazo, con alcance en medios digitales, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC,	\$ 714.000	\$ 28.560.000





				relacionados a la 1) Salud Oral en menores de edad, gestantes y población en general, 2) Estilos y hábitos de vida saludables: promoción de la actividad física, alimentación saludable, prevención de enfermedades crónicas Hipertensión Arterial HTA-y Diabetes Mellitus-DM y 3) Agudeza visual.	Entrega copia digital a la SDSC		
		40	Pautas digitales	Diseño de piezas tipo historia relacionadas con temas de Prevención y control de 1) Salud Oral en menores de edad, gestantes y población en general, 2) Estilos y hábitos de vida saludables: promoción de la actividad física, alimentación saludable, prevención de enfermedades crónicas Hipertensión Arterial HTA-y Diabetes Mellitus-DM y 3) Agudeza visual.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 10.472.000
		40	Pautas digitales	Diseño de piezas infográficas tipo post relacionadas con temas tales como: 1) Salud Oral en menores de edad, gestantes y población en general, 2) Estilos y hábitos de vida saludables: promoción de la actividad física, alimentación saludable, prevención de enfermedades crónicas Hipertensión Arterial HTA-y Diabetes Mellitus-DM y 3) Agudeza visual.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 261.800	\$ 10.472.000
		12	Reel (videos cortos) digitales	Producción de reels con una duración de 15 a 30 segundos sobre temas relacionados con 1) Salud Oral en menores de edad, gestantes y población en general, 2) Estilos y hábitos de vida saludables: promoción de la actividad física, alimentación saludable, prevención de enfermedades crónicas Hipertensión Arterial HTA-y Diabetes Mellitus-DM y 3) Agudeza visual.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 11.424.000
		5	Cartilla digital	Diseño de cartillas digitales en formato PDF de tres (3) páginas cada una con información acerca de 1) Salud Oral en menores de edad, gestantes y población en general, 2) Estilos y hábitos de vida saludables: promoción de la actividad física, alimentación saludable, prevención de enfermedades crónicas Hipertensión Arterial HTA-y Diabetes Mellitus-DM y 3) Agudeza visual.	Pantallazo de cargue en landing page, Entrega copia digital a la SDSC, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 714.000	\$ 3.570.000
		4	Video pedagógico	Producción de videos informativos y pedagógicos de 1 minuto para las redes sociales de la entidad, relacionados sobre: 1) Salud Oral en menores de edad, gestantes y población en general, 2) Estilos y hábitos de vida saludables: promoción de la actividad física, alimentación saludable, prevención de enfermedades crónicas Hipertensión Arterial HTA-y Diabetes Mellitus-DM y 3) Agudeza visual.	Entrega en medio magnético del contenido producido y enlace permanente de Google Drive, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 952.000	\$ 3.808.000



		1	Landing page (Página de aterrizaje)	Digital	Desarrollo de landing page informativa para actividades BTL que incluya canales de comunicación, cronograma de actividades, material audiovisual, documentos guía con información relevante, diseño de la campaña, incluye suscripción paga hasta 31/12/2026. Relacionada con la estrategia	Pantallazo de cargue, Link de la Landig page, Certificado emitido por parte del apoyo a la supervisión de la SDSC	\$ 4.760.000	\$ 4.760.000
SUBTOTAL								\$ 103.624.560
SUBTOTAL RUBRO SGP								\$ 833.578.920
CAPÍTULO : RECURSOS ICLD - APORTES DE LIBRE DESTINACIÓN ESTRATEGIA DE IEC INFORMACIÓN, EDUCACIÓN, Y COMUNICACIÓN DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO DE LA SALUD DE CÓRDOBA - PLAN DE MEDIOS								
Línea estratégica	Actividad	Cantidad	Unidad	Canal	Servicio/Descripción	Medio de verificación	Valor unitario IVA Incluida	Valor Total
Acciones de IEC, a través de recursos de libre destinación para apoyar las líneas estratégicas	Acciones de IEC, a través de recursos de libre destinación para apoyar las líneas estratégicas: Salud ambiental e Inocuidad, Todos por la salud mental, Crónicos identificados tempranamente, Por una mejor salud sexual y reproductiva, Por la reducción del cáncer, ETV, zoonosis y Por una niñez sana, nutrida e inmunizada	5	Cápsula Estrategia Exprésate	Comunicación visual impresa - exterior	Construcción de un escenario tipo cápsula con medidas 300x200x200 donde la comunidad entre a contarnos: Qué los estresa? Qué les preocupa? Qué te hace feliz? Qué te hace dar ira? A cada una de estas emociones les daremos luego una respuesta con un especialista El material será usado para entregar 2 contenidos para redes sociales institucionales. Esta estrategia será llevada a parques principales de 5 municipios priorizados Incluye Logística, transporte y acompañamiento de personal profesional	Fotografías (mínimo 2), donde se evidencie la la cápsula y la actividad desarrollada en el municipio por los profesionales, medio magnético del contenido producido y enlace permanente en google drive.	\$ 10.472.000	\$ 52.360.000
		3	Publicidad en buses	Comunicación visual impresa - exterior	Diseño, impresión e instalación de publicidad, en buses intermunicipales y municipales promoviendo la reducción del cáncer, ETV, zoonosis y Por una niñez sana, nutrida e inmunizada	Fotografías (mínimo 2), donde se evidencie cada publicidad instalada, Certificado de la empresa de transporte con la que se contrató	\$ 4.760.000	\$ 14.280.000
		14	Puntos de información	Comunicación visual impresa - exterior	Instalación de punto de información por un día, en parques principales para atención a la comunidad en cada municipio, promoviendo las líneas estratégicas: Salud ambiental e Inocuidad, Todos por la salud mental, Crónicos identificados tempranamente, Por una mejor salud sexual y reproductiva, Por la reducción del cáncer, ETV, zoonosis y Por una niñez sana, nutrida e inmunizada. Incluye counter modular en PVC con medidas 90X80X40 con imagen institucional, 1000 volantes media carta impresión 4x0, incluye logística y transporte	Fotografías (mínimo 2), donde se evidencie cada counter ubicado y la actividad realizada en cada municipio, con coordenadas	\$ 2.975.000	\$ 41.650.000
		14	Pasacalles	Comunicación impresa - visual exterior	Diseño e impresión de pasacalles informativos: promoviendo la promoviendo las líneas estratégicas: Salud ambiental e Inocuidad, Todos por la salud mental, Crónicos identificados tempranamente, Por una mejor salud sexual y	Fotografías (mínimo 2) y acta de entrega a los municipios, certificado de entrada y salida de almacén.	\$ 595.000	\$ 8.330.000





				reproductiva, Por la reducción del cáncer, ETV, zoonosis y Por una niñez sana, nutrida e inmunizada			
		7	Avisos en medios impresos (Periódico local impreso)	Comunicación impresa - visual exterior	Diseño y difusión de avisos en medios impresos de circulación departamental, con mensaje alusivos a las líneas estratégicas: Salud ambiental e Inocuidad, Todos por la salud mental, Crónicos identificados tempranamente, Por una mejor salud sexual y reproductiva, Por la reducción del cáncer, ETV, zoonosis y Por una niñez sana, nutrida e inmunizada	Copia de la emisión impresa. Certificado de la empresa emisora, con alcance.	\$ 11.900.000
SUBTOTAL RUBRO ICLD							\$ 83.300.000
TOTAL CONTRATO							\$ 1.033.498.920

F. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE SECTOR

Precios del mercado

Para obtener el valor, empresas presentaron listados de precios unitarios; una vez verificados y clasificados dichos valores se tomó el **menor valor unitario**, 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 al presupuesto elaborado por la administración municipal, el cual se soporta en cotizaciones de mercado, las cuales se anexan y hacen parte integral del presente estudio previo.

Justificación para la definición de los precios de referencia

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 obtener el valor, empresas presentaron listados de precios unitarios; una vez verificados y clasificados dichos valores se tomó el **promedio**, 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.

A su vez para el presente estudio se tomó referencia la Resolución 00114 de 2025, por medio la cual se adopta la tabla de honorarios para las personas naturales que celebren contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión.

El estudio de mercado se encuentra contenido en un **documento anexo al presente análisis del sector**, el cual hace parte integral del proceso de contratación. En dicho documento se presenta la información recopilada para determinar las condiciones del mercado, los posibles proveedores, precios de referencia y demás aspectos relevantes para establecer las condiciones económicas y técnicas del presente proceso.

Definición del presupuesto oficial

El presupuesto oficial para la presente contratación es la suma de **MIL TREINTA Y TRES MILLONES CUATROCIENTOS NOVENTA Y OCHO MIL NOVECIENTOS VEINTE PESOS M/CTE (\$1.033.498.920)** Incluido el valor del IVA y demás impuestos y/o tasas y/o contribuciones que llegaran a causarse y demás descuentos de carácter departamental vigentes al momento de la apertura del presente proceso y/o pago de las cuentas y costos directos o indirectos que la ejecución del contrato conlleve.

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

La presente modalidad se escoge con fundamento en las siguientes disposiciones:

El artículo 2 de la Ley 1150 de 2007: *"2. Selección abreviada. La Selección abreviada corresponde a la modalidad de selección objetiva prevista para aquellos casos en que, por las características del objeto a contratar, las circunstancias de la contratación o la cuantía o destinación del bien, obra o servicio, puedan adelantarse procesos simplificados para garantizar la eficiencia de la gestión contractual.*

(...) b) La contratación de menor cuantía. Se entenderá por menor cuantía los valores que a continuación se relacionan, determinados en función de los presupuestos anuales de las entidades públicas expresados en salarios mínimos legales mensuales.

Para las entidades que tengan un presupuesto anual superior o igual a 1.200.000 salarios mínimos legales mensuales, la menor cuantía será hasta 1.000 salarios mínimos legales mensuales. (...)".





Considerando que el objeto del contrato a celebrar no está comprendido dentro de las excepciones de que trata la disposición en cita, esta selección se hará por la modalidad de Selección Abreviada de Menor Cuantía, cumpliendo con toda la normatividad vigente que regula esta modalidad de selección

ARTÍCULO 2.2.1.2.1.2.20. Procedimiento para la selección abreviada de menor cuantía del Decreto 1082 de 2015: *“Además de las normas generales establecidas en el presente título, las siguientes reglas son aplicables a la selección abreviada de menor cuantía:*

- 1. En un término no mayor a tres (3) días hábiles contados a partir de la fecha de apertura del Proceso de Contratación los interesados deben manifestar su intención de participar, a través del mecanismo establecido para el efecto en los pliegos de condiciones.*
- 2. Si la Entidad Estatal recibe más de diez (10) manifestaciones de interés puede continuar el proceso o hacer un sorteo para seleccionar máximo diez (10) interesados con quienes continuará el Proceso de Contratación. La Entidad Estatal debe establecer en los pliegos de condiciones si hay lugar a sorteo y la forma en la cual lo hará.*
- 3. Si hay lugar a sorteo, el plazo para la presentación de las ofertas empezará a correr el día hábil siguiente a la fecha en la cual la Entidad Estatal informe a los interesados el resultado del sorteo.*
- 4. La Entidad Estatal debe publicar el informe de evaluación de ofertas durante tres (3) días hábiles”*

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

Requisitos Habilitantes

Las Entidades Estatales deben establecer los requisitos habilitantes de forma adecuada y proporcional a la naturaleza y valor del contrato. Los requisitos habilitantes que se contemplen deben tener una relación directa con el objeto del contrato, de suerte que su acreditación sea efectiva para demostrar que el proponente es idóneo para ejecutar el contrato. A su vez, los requisitos que se establezcan deben ser proporcionales a las condiciones del contrato, de tal manera que los mismos no establezcan condiciones más allá de las necesarias para verificar la idoneidad requerida de los proponentes respecto del objeto ofertado, ya que lo contrario limita la libre concurrencia. Para fijar estos requisitos la Entidad Estatal debe tener como parámetros: (i) el Riesgo del Proceso de Contratación; (ii) el valor del contrato objeto del Proceso de Contratación; (iii) el análisis del sector económico respectivo; y (iv) el conocimiento de fondo de los posibles oferentes desde la perspectiva comercial³.

La capacidad financiera busca establecer condiciones mínimas en relación con la «salud financiera» de los proponentes, particularmente demostrar su aptitud para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato a través del análisis de su liquidez, endeudamiento y razón de cobertura de intereses. En ese sentido, la capacidad financiera que la entidad requiera para un Proceso de Contratación debe ser adecuada y proporcional a la naturaleza, forma de pago, plazo,

³ Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los procesos de contratación, Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente – 2023, Código: CCE-EICP-MA-04 Versión: 03 del 29 de septiembre de 2023.



complejidad, riesgo y al valor del contrato. La capacidad organizacional es la aptitud de un proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato en función de su organización interna. El artículo 2.2.1.1.5.3 del Decreto 1082 de 2015 definió los indicadores de rentabilidad para medirla, teniendo en cuenta que un oferente está bien organizado cuando es rentable.

La Gobernación de Córdoba para el análisis de los indicadores financieros y organizacionales contenidos en el artículo 2.2.1.1.5.3. del Decreto 1082 de 2015, tomó como base la información el portal del **Sistema Electrónico de Contratación Pública - (SECOP)** y **Registro Único Empresarial y Social - (RUES)**, se tomó una muestra aleatoria del certificado de los indicadores de capacidad financiera y organizacional y de los **Registro Único de Proponentes – (RUP)**, publicados de las siguientes empresas idóneas del objeto que la entidad pretende adelantar.

NIT	ENTIDAD	LIQUIDEZ ($\geq$)	NIVEL DE ENDEUDAMIENTO % ($\leq$)	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES ($\geq$)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE) % ($\geq$)	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA) % ($\geq$)
900185196-3	MEDIA AGENCY S.A.S	1,8	65,00%	226,46	32,00%	11,00%
900894796-4	CREIGHTIVE S.A.S.	12,47	8,00%	92,99	94,00%	85,00%
64546833-5	MARIA CRISTINA MARTINEZ HERNANDEZ	2,44	25,00%	0,00	88,00%	65,00%
816006411-1	SUFORMA S.A.S.	12,93	15,00%	393,54	12,00%	10,00%
814000638-1	SUMIGRAF SAS	21,63	4,00%	0,00	23,00%	22,00%
830081460-2	FENIX MEDIA GROUP SAS	4,99	53,00%	132,11	57,00%	26,00%
900284369-5	DISLUMBRA S.A.S.	4,36	37,00%	13,00	25,00%	16,00%
7696556-5	GONZALEZ VALBUENA HEBER	14,51	29,00%	16,26	30,00%	21,00%
802017243-7	DIGITAL PRINTING S.A.S.	9,44	32,00%	37,57	3,00%	2,00%
	MINIMO	1,8	65,00%	0,00	3,00%	2,00%
	MAXIMO	21,63	4,00%	393,54	94,00%	85,00%
	PROMEDIO	9,40	29,78%	101,33	40,44%	28,67%
	MEDIANA	9,44	29,00%	37,57	30,00%	21,00%
	DESVIACIÓN ESTANDAR	6,60	20,05%	133,09	32,28%	27,69%
	LIM I	-10,41	-30%	-297,94	-56%	-54%
	LIM S	29,20	89,94%	500,59	137,30%	111,75%
	MEDIA ACOTADA	8,84	27,60%	58,39	33,40%	19,20%
	Q1	4,36	15,00%	13	23,00%	11,00%
	Q3	12,93	37,00%	132,11	57,00%	26,00%
	RIC	8,57	22,00%	119,11	34,00%	15,00%
	LIM I	-8,50	-18,00%	-165,67	-28,00%	-11,50%
	LIM S	25,79	70,00%	310,78	108,00%	48,50%

Cuando una Entidad Estatal ha elaborado un análisis económico de sector, puede emplear información de otros Procesos de Contratación. La Gobernación de Sucre utilizó medidas de dispersión como la desviación estándar en conjunto con la media aritmética o promedio para caracterizar las variables financieras, para definir los indicadores numéricos de capacidad financiera y organizacional. Se estableció para todos los indicadores financieros, la utilización de la media de la muestra y la desviación estándar.

En matemáticas y estadística, **la media aritmética**, también llamada promedio o media, de un conjunto finito de números es el valor característico de una serie de datos cuantitativos, objeto de estudio que parte del principio de la esperanza matemática o valor esperado, se obtiene a partir de la suma de todos sus valores dividida entre el número de sumandos. Cuando el conjunto es una muestra aleatoria recibe el nombre de media muestral siendo uno de los principales estadísticos muestrales.

La **desviación estándar** es la medida de dispersión más común, que indica qué tan dispersos están los datos con respecto a la media. ... El símbolo σ (sigma) se utiliza frecuentemente para representar la desviación estándar de una población, mientras que s se utiliza para representar la desviación estándar de una muestra.

La fórmula para la desviación estándar poblacional es:

$$\sigma = \sqrt{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (x_i - \mu)^2}$$

donde N es el tamaño de la población y μ es la media aritmética de la población.

Mediana es una medida estadística que representa el valor que ocupa la posición central en una muestra. Para calcularlo los datos deben ordenarse de menor a mayor e identificar el dato que ocupa la posición central. Si el tamaño de la muestra es par, la mediana es el promedio de los dos valores centrales. Si el tamaño de la muestra es impar, la mediana corresponde al valor ubicado en la mitad de la muestra. A diferencia de la media, la mediana no es afectada por la presencia de datos atípicos. Sin embargo, al ser una medida de ubicación o posición, se recomienda que sea una variable complementaria, la cual puede brindar información útil si es comparada con la media.

Mínimo El mínimo es el valor de datos más pequeño en la muestra. Sirve para identificar un posible valor atípico o un error de entrada de datos. Una de las maneras más sencillas de evaluar la dispersión de los datos consiste en comparar el mínimo y el máximo.

Máximo El máximo es el valor de datos más grande en la muestra. Sirve para identificar un posible valor atípico o un error de entrada de datos. Una de las maneras más sencillas de evaluar la dispersión de los datos consiste en comparar el mínimo y el máximo.

Siguiendo lo dispuesto en el Artículo 2.2.1.1.1.5.3. Del Decreto 1082 de 2015, La **Gobernación de Sucre** fija los siguientes indicadores como requisitos habilitantes de capacidad financiera y Organizacional de los **Mínimo** de los datos de las empresas seleccionadas.

Índice De Liquidez

Índice de Liquidez = Activo Corriente / Pasivo Corriente, Condición: Sí el índice de liquidez (L) es **Mayor o igual ($\geq 1,8$)** la propuesta se calificará HABILITADA.

Endeudamiento

Índice de Endeudamiento = Pasivo Total / Activo Total, El Índice de Endeudamiento deberá ser **menor o igual ($\leq 65,00$ %)** para que su propuesta sea calificada como HABILITADA.

Razón De Cobertura De Intereses

Razón de Cobertura de Intereses = Utilidad Operacional / Gastos de Intereses, El resultado deberá **mayor o igual a ($\geq 0,00$)** veces para que su propuesta sea calificada como HABILITADO. Para el



caso que el indicador “Razón de Cobertura de Intereses”, arroje como resultado “indeterminado”, será válido para la administración y por lo tanto será habilitado, siempre que la cuenta “gastos de intereses” sea valor cero (0).

Capacidad de organización.

Rentabilidad Sobre Patrimonio

Rentabilidad sobre patrimonio: Utilidad Operacional / Patrimonio, La Rentabilidad sobre el patrimonio expresada en porcentaje, deberá ser **mayor o igual ($\geq 3,00\%$)**

Rentabilidad Sobre Activos

Rentabilidad sobre activos: Utilidad Operacional / Activo Total, La Rentabilidad sobre activos expresada en porcentaje, deberá ser **mayor o igual ($\geq 2,00\%$)**.

Se considera que el oferente cumple con la Capacidad Financiera y Capacidad Organizacional solicitada y que está habilitado para continuar en el proceso, si obtiene en cada indicador los márgenes anteriormente establecidos. Se modifican los indicadores del estudio realizado para obtener una mayor participación de oferentes.

Indicador	Fórmula	Margen
Índice de liquidez	Activo corriente dividido por el pasivo corriente	Mayor o igual a 1,8
Índice de endeudamiento	Pasivo total dividido por el activo total x 100	Menor o igual a 65,00%
Razón de Cobertura de Intereses	Utilidad Operacional / Intereses	Igual o mayor 0,00
Rentabilidad de Patrimonio	Utilidad Operacional / Patrimonio x100	Mayor o igual a 3,00%
Rentabilidad de Activo	Utilidad Operacional / Activo x 100	Mayor o igual a 2,00%

Debe tenerse en cuenta que por no existir una norma que amplié a la vigencia 2026 las medidas adoptadas en los Decretos 399 y 579 de 2021 y Decreto 1041 de 2022, aquellas personas que partir del 1° de enero de 2026 realicen la inscripción o renovación del Registro Único de Proponentes solo podrán reportar ante las Cámaras de Comercio la información contable y los estados financieros del último año fiscal. Asimismo, es menester precisar que los proponentes que a la fecha no hayan realizado la respectiva actualización podrá acreditar la capacidad financiera dentro de un Proceso de Contratación con el RUP vigente, teniendo en cuenta que allí también reposa la información correspondiente al último año fiscal.

Consideraciones para asignación de puntaje para la promoción de la industria nacional.

En la etapa de planeación, se debe identificar el objeto contractual y determinar si el mismo corresponde a un bien y/o servicio, o varios de estos; también identificar los bienes y/o servicios a puntuar en el proceso de contratación; además las condiciones de incorporación de bienes y/o servicios nacionales o extranjeros; y finalmente la forma en la cual verificarán la nacionalidad de los bienes y/o servicios. Lo anterior, toda vez que una buena identificación del objeto contractual permite una buena definición de los puntajes a incluir para la promoción a la industria nacional.





La Entidad Estatal en el análisis del sector debe identificar los bienes nacionales relevantes del proceso de contratación, pues el uso de estos por parte del proponente es uno de los criterios que permiten establecer si el bien o servicio puede calificarse como nacional. Así mismo, debe analizar la vinculación del porcentaje mínimo de personal colombiano, según el artículo 2.2.1.2.4.2.9 del Decreto 1082 de 2015, adicionado por el Decreto 680 de 2021, que desarrolla lo establecido en la Ley 816 de 2003, para definir los bienes colombianos relevantes.

Dando cumplimiento al Decreto 680 de 2021, Por el cual se modifica parcialmente el artículo 2.2.1.1.1.3.1. Y se adiciona el artículo 2.2.1.2.4.2.9. Al Decreto 1082 de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional, en relación con la regla de origen de servicios en el Sistema de Compra Pública, para el objeto en mención teniendo en cuenta la revisión del presupuesto oficial este no se encuentra conformado por **Bienes Nacionales Relevantes** por lo que la Entidad prescinde de otorgar puntaje por este factor y deberá para efectos de la acreditación de los Servicios Nacionales otorgarlo por la vinculación de empleados o contratistas por prestación de servicios colombianos; vincula el porcentaje mínimo de personal colombiano exigido, que nunca será inferior a 40% para el cumplimiento del contrato

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 aplica porque no hay compra de alimentos de origen agropecuario.**

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.





La Gobernación de cordoba 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 **prestación de servicios publicitarios**, 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 la **prestación de servicios publicitarios**, 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.

Incentivos para fortalecer la inserción laboral para jóvenes (Ley 2119 de 2021).

El párrafo primero del artículo 8 de la Ley 2119 de 2021, apunta a que, en los procesos adelantados por las entidades públicas a través de sus diferentes modalidades de contratación pública contempladas en la Ley, incluyan en los contratos cláusulas orientadas a promover la participación laboral o contractual de jóvenes entre 18 y 28 años. Para lo anterior será imprescindible adelantar estudios de sector “que permitan identificar los perfiles de los jóvenes que se vincularán en la etapa contractual, de conformidad con el objeto de la contratación, incluyendo sus requisitos mínimos de formación profesional o técnica. Dicho estudio, deberá ser publicado dentro de los estudios previos que harán parte del respectivo proceso de selección.

Una vez se suscriba el respectivo contrato, el contratista deberá vincular, laboral o contractualmente a dicha población de forma inmediata y durante toda la ejecución del contrato estatal. En ningún caso, el porcentaje de jóvenes vinculados podrá ser inferior al 8% del total del personal que requiere el contratista para la ejecución contractual. Para el siguiente proceso el 8% del personal a vincular de 18 a 28 años de edad es cero (0) personas. Dándole cumplimiento a Ley 2119 de 2021. **El proceso no requiere la prestación de servicios de personal.**





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: **(\$1.033.498.920)** el presente proceso de selección **NO es susceptible** para ser limitado a MIPYMES por la cuantía.

Consulta de Registro Nacional de Jóvenes Egresados del Sistema de Protección del ICBF.

Luego de realizada la consulta se tiene que se encuentra disponible a la fecha el registro nacional de jóvenes egresados del sistema de protección ICBF, la anterior consulta se realiza de conformidad con los artículos 13 y 32 de la ley 2479 de 2025 por medio de la cual se crea el Programa Nacional de Acompañamiento Integral al Egresado del Sistema de Protección del ICBF, se fortalece la oferta estatal, las redes de apoyo y se orientan acciones en procura de su desarrollo integral - Ley hijos del Estado.





#	NUMERO DE ORDEN DE REGISTRO EN FORMS PUBLICADO EN PAGINA WEB ICBF	Cedula Ciudadanía
1	1	1007618440
2	2	1007899250
3	3	1090426769
4	4	1002343681
5	5	1002805277
6	6	1007158720
7	7	1088355272
8	8	1146437937
9	9	1007267535
10	10	1110530465
11	11	1103672145
12	13	1221967632
13	14	1024581058
14	15	1124014874
15	16	1109544149
16	17	1006023481
17	18	1002939136
18	19	1082893359
19	20	1061782866
20	22	1090480410
21	23	1110521271
22	24	1061790273
23	25	1098637722
24	26	1093142108
25	27	1053838276
26	28	1118556455
27	29	1075264703
28	30	1015464584
29	31	1096253848
30	32	1049636070
31	33	1007341154
32	34	1152707193
33	35	1121921353
34	36	1070623254
35	37	1061800992
36	38	1002958579
37	39	1057589397
38	40	1117547760
39	41	1058969193
40	42	1110533533
41	43	1001882082
42	44	1000597012
43	45	1216719407
44	46	1007228069
45	47	1106364137
46	48	1007228098
47	49	1022953390





49	51	1061783097
50	52	1122401992
51	54	1052388075
52	55	1007458706
53	57	1214714939
54	58	1006995393
55	59	1007504857
56	60	1124020863
57	61	1109383008
58	62	1067900316
59	63	1058974254
60	64	1090410091
61	65	1193252993
62	66	1110484269
63	67	1121883960
64	68	1110526602
65	70	1003103984
66	71	1006166141
67	72	1005182274
68	73	1003215817
69	74	1110533187
70	75	1121927650
71	76	1193440722
72	77	1115790944
73	78	1127722009
74	79	1110518299
75	80	1001035981
76	81	1095826774
77	82	1085314612
78	83	1057598828
79	84	1095796996
80	86	1110479607
81	87	93238498
82	88	1014299145
83	89	74348340
84	90	1053815556
85	91	1085314611
86	92	1061713005
87	93	1088009015
88	94	1075670545
89	96	53054064
90	97	1057756626
91	99	1005784046
92	100	1102848579
93	101	1121218881
94	104	1117524142
95	106	1088307986
96	107	1113688363
97	109	1004699692

MARÍA MARCELA ARRIOLA SALGADO

SECRETARIA DE DESARROLLO DE LA SALUD

Departamento de Córdoba

Delegada para Contratar

ELABORADO Presupuesto	REVISADO POR:
Nombre: Sebastián Trespalacios J.	Nombre: Gilma Yaneth Sánchez Burgos
Cargo: Contratista SDSC	Cargo: Contratista DAC
	Nombre: Ángel David Pérez Barrios -Contratista Dac

