| | | | |
|---|---|---|---|
| **DE:** | Señor<br>**GERMÁN AUGUSTO ESCOBAR OLAYA**<br>Capitán de Navío | **FECHA:** | 7 de septiembre 2026 |
| **PARA:** | Subdirección Administrativa y Financiera | **No.** | |

En desarrollo de lo previsto en los numerales 7 y 12 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993, modificado este último por el artículo 87 de la Ley 1474 del 12 de julio de 2011, en el artículo 8 de la Ley 1150 de 2007 y en el artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015, el siguiente es el Estudio Previo que sirve de soporte para elaborar proyecto de pliegos, los pliegos de condiciones y el contrato o sus equivalentes; el presente estudio desarrolla los fundamentos de la contratación de mínima cuantía cuya causal está prevista en el artículo 2.2.1.2.1.5.1 "Estudios previos para la contratación de mínima cuantía", así:

## 1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE LA ENTIDAD PRETENDE SATISFACER

En cumplimiento de las funciones misionales de la Dirección General Marítima (DIMAR), el Área de Comunicaciones Estratégicas (ACOES) debe producir, divulgar y monitorear información pública de carácter técnico, noticioso, estadístico, científico, normativo, académico y operativo. Esta información es esencial para garantizar la seguridad de la vida humana en el mar, apoyar los procesos de búsqueda y salvamento marítimo, promover la investigación científica marina, fortalecer la marina mercante, difundir normativas nacionales e internacionales y consolidar a Colombia como un país marítimo.

En este sentido, la adquisición de las herramientas y servicios descritos cubre el 100 % de la necesidad identificada por el Área de Comunicaciones Estratégicas (ACOES), al permitir la producción integral de contenidos, el monitoreo permanente del entorno comunicacional, el análisis de resultados y el acceso a información periodística confiable, garantizando así el cumplimiento efectivo de los objetivos misionales de comunicación institucional.

Para asegurar una comunicación institucional oportuna, clara, estratégica y basada en contenidos de alta calidad, es indispensable contar con herramientas digitales que permitan la generación, planeación, diseño, seguimiento y análisis de contenidos en diferentes plataformas, incluyendo la web, redes sociales y medios de comunicación aliados.

En este sentido, y conforme a las necesidades operativas de ACOES, se hace necesaria la adquisición de los siguientes servicios:

1. Envato Elements: Repositorio de recursos gráficos, audiovisuales, plantillas, efectos, música y material digital que permite optimizar la producción de contenido institucional. Esta herramienta es fundamental para la elaboración de piezas visuales, material informativo, animaciones, videos, infografías y otros productos orientados a la divulgación de la actividad marítima del país.

2. Metricool: Herramienta digital especializada para la gestión, análisis y monitoreo de redes sociales, indispensable para medir el desempeño comunicacional, identificar tendencias, fortalecer la toma de decisiones, optimizar estrategias de contenido y mejorar la eficacia de las campañas institucionales. Su uso permite consolidar informes precisos y unificados, acorde con las exigencias actuales de análisis digital.

3. Suscripciones a medios de prensa nacionales (El Espectador Digital, El Tiempo Digital, El Universal, El Heraldo) Estas suscripciones garantizan el acceso a información actualizada, verificable y de calidad, necesaria para alimentar procesos de análisis estratégico, monitoreo reputacional, seguimiento de coyunturas de interés marítimo y apoyo en la construcción de comunicaciones institucionales con rigor informativo.

Estas herramientas son fundamentales para fortalecer la producción de contenidos digitales, garantizar el monitoreo efectivo de las comunicaciones institucionales, optimizar los procesos internos y evitar gastos adicionales derivados de la contratación de terceros.

La implementación de estas soluciones permitirá a Dimar mantener un flujo de información actualizado, confiable, moderno y alineado con las exigencias actuales de comunicación pública.

## 2. GENERALIDADES DEL PROCESO

**2.1. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO:** Adquisición de los servicios digitales Envato Elements, Metricool y suscripciones a medios de prensa nacionales en formato digital, con herramientas especializadas para la creación, gestión y análisis de contenidos comunicacionales.

**2.2. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO.** El plazo de ejecución será hasta el 9 de octubre 2026 previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato.

**2.3. LUGAR DE ENTREGA O DE EJECUCIÓN:** El servicio deberá ser prestado a nivel nacional en los siguientes lugares: Carrera 54 No. 26 - 50 "CAN", en la ciudad de Bogotá, D.C., previa Coordinación con el Supervisor del Contrato que designe la Entidad.

**2.4. CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS**. De conformidad con la clasificación de bienes y servicios de acuerdo con el código estándar de productos y servicios de Naciones Unidas.

| | | | | CLASIFICACIÓN |
|---|---|---|---|---|
| F. SERIVICIOS | 82000000 - Servicios editoriales, de diseño, gráficos y bellas artes | 82140000 - Diseño gráfico | 82141600 - Servicios de visualización gráfica | ENVATO ELEMENTS<br>Software de imágenes gráficas o de fotografía |
| E. Productos de uso final | 82000000 - Servicios editoriales, de diseño, gráficos y bellas artes | 82140000 - Diseño gráfico | 82141600 - Servicios de visualización gráfica | Metricool<br>Software de gestión de redes sociales |
| E. Productos de uso final | 55. Productos Publicados | 5510. Publicaciones | 551015. Periódicos y publicaciones periódicas | 55101504<br>Periódicos digitales |

**2.5. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO POR CELEBRAR:** El tipo de contrato por celebrar es de **Prestación de Servicios**.

**2.6. TIPO DE ADJUDICACIÓN:** el proceso a seguir en virtud del presente estudio previo se adjudica en forma **TOTAL**.

**2.7. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:** Se establecen de acuerdo con lo descrito en el Anexo Especificaciones Técnicas del presente documento.

**2.8. CONVOCATORIA LIMITADA PARA LAS MIPYMES NACIONALES - CONVOCATORIA PÚBLICA.** De conformidad con el artículo 2.2.1.2.4.2.2 del Decreto 1082 del 2015 y, teniendo en consideración que el valor del presente proceso de contratación **NO es superior** a ciento veinticinco mil dólares (US $125.000), que liquidados a la tasa de cambio establecida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el 03 de febrero de 2026, a la fecha equivalen a **QUINIENTOS ONCE MILLONES SETECIENTOS OCHO MIL CUATROCIENTOS NOVENTA Y SIETE PESOS M/CTE (511.708.497,00),** la presente convocatoria **ES** susceptible de ser limitada a MIPYMES.

Para dar aplicación a la convocatoria limitada a MIPYMES, se tendrán en cuenta además las disposiciones contenidas en el artículo 34 de la Ley 2069 de 2020 y en el artículo 5 del Decreto 1860 de 2021.

De acuerdo con lo dispuesto en el numeral 3º del artículo 30 de la Ley 80 de 1993, modificado por el artículo 224 del Decreto-Ley 0019 de 2012 y, el artículo 2.2.1.1.2.1.2 del Decreto 1082 de 2015, para el presente proceso de contratación se realiza convocatoria pública, a través de la publicación de un aviso en la página Web de la entidad contratante y en el Sistema Electrónico para la Contratación Pública – SECOP II.

Dicho aviso contiene la totalidad de la información señalada en el artículo 2.2.1.1.2.1.2 del Decreto 1082 de 2015.

## 3. FUNDAMENTO JURÍDICO QUE SOPORTA LA CONTRATACIÓN

Teniendo en cuenta que el presupuesto oficial no supera el 10% de la menor cuantía, es claro que el presente proceso se enmarca en las estipulaciones contenidas en la Ley 80 de 1993, el numeral 5 del artículo 2o de la Ley 1150 de 2007 numeral adicionado por el artículo 274 de la Ley 1450 de 2011, subrogado por el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011 y el capítulo 2, sección 1, subsección 5 Artículo 2.2.1.2.1.5.1 y 2.2.1.2.1.5.2. del Decreto 1082 de 2015, los cuales establecen las modalidades de selección y la procedencia de cada una de ellas, se concluye que el procedimiento para adelantar corresponde a la modalidad de **MÍNIMA CUANTÍA**.

## 4. ESTIMACION DEL PRESUPUESTO OFICIAL, VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y SU JUSTIFICACIÓN

**4.1. ANÁLISIS DEL SECTOR RELATIVO AL OBJETO DEL PROCESO DESDE LA PERSPECTIVA LEGAL, COMERCIAL, ECONÓMICA, ORGANIZACIONAL, TÉCNICA Y DE ANÁLISIS DE RIESGO**: En cumplimiento con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, “Análisis del sector económico y de los oferentes por parte de las Entidades Estatales”.

**4.2. POSIBLES COSTOS ASOCIADOS AL VALOR DE CONTRATACIÓN:** Todos los gastos que genere la ejecución del objeto del presente proceso tales como adquisición de insumos, elementos, materiales, accesorios, entregas, recursos físicos y humanos, así como los montos que genere su desplazamiento/transporte, manutención, pasajes, viáticos, prestaciones laborales, sociales y riesgos laborales, dotación de vestido de labor y de protección acuerdo normas vigentes, y en general los necesarios para dar garantizar la funcionalidad de los bienes / servicios, serán de resorte exclusivo y por ende correrá a cargo de quien resulte adjudicatario, sin que estos aspectos con posterioridad durante la ejecución y/o periodo de garantía, puedan ser esgrimidos por el mismo, como imprevistos y/o motivos generadores de solicitud de restablecimiento del equilibrio del contrato y/o reconocimiento del mismo, por lo que deben ser tenidos en cuenta (previstos) por el oferente desde el momento de confeccionar y presentar su ofrecimiento.

**4.3. JUSTIFICACIÓN DE LA GESTIÓN PRESUPUESTAL:** De acuerdo con la necesidad planteada y a la planeación realizada por parte ACOES, se hace necesario adquirir la herramienta de acuerdo con el Anexo A, con el fin de cubrir la necesidad y respetando siempre el principio de pluralidad de oferentes, se realiza el estudio de mercado, manteniendo presente el presupuesto asignado.

| RUBRO PRESUPUESTAL | DESCRIPCIÓN DE BIENES Y/O SERVICIOS | CANTIDAD | VALOR ASIGANDO |
|---|---|---|---|
| A.02.02.02.008.003 | BIBLIOTECA DE RECURSOS GRAFICOS | 1 GLOBAL | $ 1.276.508 |
| A.02.02.02.008.007 | HERRAMIENTA DIGITAL PARA ANALISIS DE REDES SOCIALES – METRICAS Y EVALUACION DE DESEMPEÑO | 1 GLOBAL | $ 2.155.813 |
| A.02.02.02.008.004 | SUSCRIPCION A MEDIOS | 1 GLOBAL | $ 2.693.600 |

Por último, sobre este, es importante mencionar que el presupuesto permite a la Entidad satisfacer dicha necesidad en un cien por ciento (100%). Como resultado, la Dirección General Marítima - DIMAR de acuerdo con el Estudio de Mercado y la asignación presupuestal establecida, cuenta con la suma de **TRES MILLONES OCHOCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL CIENTO DIECINUEVE PESOS M/CTE ($3.839.119,00)**.

**4.4. VALOR DEL OBJETO DEL CONTRATO:** El valor del contrato será aquella oferta seleccionada de acuerdo con la modalidad de selección del contratista establecido en la invitación pública. Sin embargo, no podrá sobrepasar el presupuesto oficial para la presente necesidad, el cual podrá ser hasta por la suma de **TRES MILLONES OCHOCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL CIENTO DIECINUEVE PESOS M/CTE ($3.839.119,00) incluye IVA y las demás erogaciones que correspondan**. Distribuido de la siguiente manera**:**

| ÍTEMS | DESCRIPCIÓN TECNICA DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS POR CONTRATAR | VALOR | RUBRO |
|---|---|---|---|
| *1.* | *Envato Elements* | *$1.069.851,00* | A.02.02.02.008.003 |
| *2.* | *Metricool* | *$1.184.822,00* | A.02.02.02.008.004 |
| *3.* | *Prensa El Espectador* | *$361.522,00* | A.02.02.02.008.004 |
| *4.* | *Prensa El Tiempo* | *$390.213,00* | A.02.02.02.008.004 |
| *5.* | *Prensa El País* | *$612.230,00* | A.02.02.02.008.004 |
| *6.* | *Prensa El Universal* | *$220.481,00* | A.02.02.02.008.004 |
| | **Valor total del presupuesto oficial** | **$3.839.119,00** | |

**4.5. FORMA DE PAGO.** El Grupo Intendencia Regional **Central** se compromete a pagar el valor del contrato en pesos colombianos mediante ***UN ÚNICO PAGO***, una vez se entregue a total satisfacción el 100% de los servicios contratados relacionado en el anexo de especificaciones técnicas, previa verificación del cumplimiento de las siguientes condiciones:

- Activación de las suscripciones, licencias y accesos objeto del contrato por el término de doce (12) meses, según las especificaciones técnicas requeridas.
- Entrega por parte del contratista de la certificación, documento, constancia o evidencia expedida por el fabricante, proveedor o medio correspondiente, donde se acredite la activación de las suscripciones y su vigencia por el plazo contratado.
- Acta de recibido a satisfacción suscrita por el Supervisor del Contrato.
- Presentación de la factura electrónica de venta, cuando el proveedor esté obligado a ello.
- Acreditación del cumplimiento de obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral y aportes parafiscales, cuando aplique.
- Registro de los servicios en el aplicativo SAP, conforme a los procedimientos internos de la Entidad.

*Se entenderá cumplida la obligación principal con la activación efectiva de las suscripciones y licencias contratadas para el período de doce (12) meses, acreditada mediante certificado, constancia de activación, panel de administración, correo de confirmación del fabricante o cualquier otro medio idóneo verificable por el supervisor.*

El pago se realizará dentro de los **sesenta (60) días calendario**, contados a partir de la radicación completa de los documentos exigidos ante el Grupo Intendencia Regional Central y estará sujeto a la disponibilidad del Plan Anual Mensualizado de Caja – PAC.

No se contempla anticipo ni pagos parciales, atendiendo la naturaleza del objeto contractual y la forma de financiación autorizada mediante el oficio de redistribución presupuestal.

**Notas adicionales para tener en cuenta antes de tramitar el pago ante la entidad:**

I. Para efectos del trámite de pago y la correcta aplicación de las obligaciones tributarias, contribuciones, retenciones y demás erogaciones a cargo del contratista, se advierte que este deberá actualizar en el Registro Único Tributario (RUT) la actividad económica que corresponda al objeto del contrato celebrado. Esta exigencia no constituye un requisito habilitante ni un factor de evaluación dentro del proceso de selección, y se adopta exclusivamente para garantizar el adecuado cumplimiento de las disposiciones tributarias y fiscales a cargo de la Entidad, sin que ello implique restricción o direccionamiento en la participación de los proponentes, en observancia de los principios de transparencia, economía y selección objetiva establecidos en la normativa de contratación pública.

II. Las facturas o documentos soporte en operaciones con personas no obligadas a facturar deben estar expedidas dentro del plazo de ejecución del contrato y suscritas por el almacenista (para bienes) o el supervisor (para servicios), conforme al Artículo 617 del Estatuto Tributario, las facturas electrónicas de venta deben contener:

- Estar denominada expresamente como factura de venta. (responsable o no responsable de IVA).
- Apellidos y nombre o razón social y NIT del adquirente de los bienes o servicios, junto con la discriminación del IVA pagado.
- Llevar un número que corresponda a un sistema de numeración consecutiva de facturas de venta.
- Fecha de su expedición.
- Descripción específica o genérica de los artículos vendidos o servicios prestados.
- Valor total de la operación.
- El nombre o razón social y el NIT del impresor de la factura.
- Indicar la calidad de retenedor del impuesto sobre las ventas y el valor discriminado del mismo, cuando aplique. Cuando de conformidad con lo establecido en la Ley 1607 de 2012 y el Decreto 862 de 2013, las personas jurídicas o naturales empleadoras se encuentren exentas de realizar los aportes al SENA, SALUD e ICBF, deberán manifestar dicha condición por escrito para el primer pago y la Entidad quien verificara en el Registro Único Tributario del contratista que este cumple dicha condición. No obstante, lo anterior deberán aportar la planilla donde conste el pago a pensión, ARL y Cajas de Compensación Familiar, acuerdo Decreto 3029 de 2013.

III. El término para el pago comenzará a contarse desde la fecha en que se presenten todos los documentos exigidos. Las demoras por estos conceptos serán responsabilidad del contratista, sin derecho a intereses o compensación.

IV. Para quienes tengan la responsabilidad 52 en el RUT (Facturador electrónico), la factura debe enviarse al correo siifnacion.facturaelectronica@minhacienda.gov.co al igual que las notas créditos o débitos, con el fin que se envíen automáticamente para validación ante la Dirección de Impuestos y Aduanas

Nacionales - DIAN y posteriormente a esta unidad ejecutora, es importante que el Contratista en el Documento adjunto del correo de envío de factura electrónica este en un formato **ZIP** y que contenga documento **PDF** y documento **XML**.

La estructura de la factura mínimo debe contener:

- En los datos del emisor el correo del emisor
- En los datos del adquirente el correo siifnacion.facturaelectronica@minhacienda.gov.co
- En las notas finales el código #$15-01-12-000; contrato XXX -GINREDXX-2025; correo supervisor#$

**De no cumplirse esos mínimos requeridos no se garantizará la correcta recepción de la factura electrónica para iniciar trámite de pago.**

V. El contratista debe cargar la factura y/o cuenta de cobro en el sistema SECOPII en la sección "Ejecución" y adjuntar la constancia de aceptación como soporte para el trámite de pago.

### 4.6. APROPIACIÓN PRESUPUESTAL E INFORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL

El presente estudio previo cuenta con el siguiente respaldo presupuestal:

| No. CDP | Fecha | Posición catálogo del Gasto | Recurso | Situación | Descripción | Valor afectado |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 47026 | 2026-07-30 | A.02.02.02.008.003 | $1.276.508 | SSF | Biblioteca de recursos gráficos | *$1.069.851,00* |
| 47026 | 2026-07-30 | A.02.02.02.008.004 | $2.155.813 | SSF | Herramienta digital para analisis de redes sociales – metricas y evaluaciones de desempeño | *$1.184.822,00* |
| 47026 | 2026-07-30 | A.02.02.02.008.004 | $2.693.600 | SSF | Suscripción a medios de comunicación | $ 1.584.446,00 |

**5. JUSTIFICACIÓN DE FACTORES DE SELECCIÓN. FACTORES DE VERIFICACIÓN:** Los Factores Mínimos Habilitantes de los aspectos **Técnicos, Jurídicos, y Financieros y Económicos** serán definidos por el Comité Estructurador en el Pliego de Condiciones.

| **CRITERIO DE SELECCIÓN** | |
|---|---|
| EVALUACIÓN ECONÓMICA | **MENOR VALOR** |
| **FACTORES DE VERIFICACIÓN** | |
| VERIFICACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA | **CUMPLE / NO CUMPLE** |
| VERIFICACIÓN JURÍDICA | **CUMPLE / NO CUMPLE** |
| VERIFICACIÓN TÉCNICA | **CUMPLE / NO CUMPLE** |

**NOTA:** En caso de que los oferentes que se presentan oferten todos por el mismo valor, sin que se tenga una oferta con menor precio a las ofertadas, se evaluara al primer oferente que hubiese ofertado en el SECOP II. En caso de que el mismo no cumpla con los requisitos técnicos, jurídicos y financieros será rechazada su oferta y se procederá a evaluar al segundo oferente en el tiempo.

### 5.1. VERIFICACION ECONOMICA Y FINANCIERA.

**A) VERIFICACIÓN ECONÓMICA**: El Comité Económico evaluador designado por la entidad procederá a verificar la(s) oferta(s), de conformidad con lo indicado en la "Oferta Económica" - Lista de Precios de la invitación publica establecida a través del Sistema Electrónico para la Contratación Pública - **SECOP II.**

El Oferente deberá diligenciar las casillas dispuestas en la invitación publica establecida a través del Sistema Electrónico para la Contratación Pública - **SECOP II**, **para indicar el valor total de su oferta el cual será hasta por el valor total del presupuesto oficial, conforme la Disponibilidad Presupuestal señalada por la Entidad.** El Oferente interesado en participar en desarrollo del presente Proceso de Contratación no podrá sobrepasar el Presupuesto Oficial.

Con la presentación de la **Oferta Económica**, se entiende que el oferente efectuó un análisis completo y suficiente de la estructura económica y financiera requerida para la ejecución del objeto contractual y, en consecuencia, incorporó dentro de los precios unitarios la totalidad de los costos (directos e indirectos), gastos generales, utilidad, así como todas las cargas tributarias, fiscales y parafiscales de orden nacional, departamental, distrital o municipal a que haya lugar (tales como IVA, impuesto al consumo, ICA, contribuciones, estampillas, tasas, retenciones) y demás gravámenes vigentes o que resulten aplicables, de conformidad con su calidad de contribuyente, régimen tributario y ubicación geográfica. De igual manera, se entienden incluidos los costos asociados a pólizas, garantías, seguros, logística, transporte y cualquier otra erogación necesaria para el cumplimiento íntegro y oportuno del contrato. En consecuencia, la Entidad no reconocerá valores adicionales ni aceptará reclamaciones derivadas de la omisión, improcedente estimación o desconocimiento de dichas obligaciones por parte del oferente.

Todos los gastos que genere la ejecución del objeto del presente Proceso tales como adquisición de insumos, elementos, materiales, accesorios, entregas, recursos físicos y humanos, así como los montos que genere su desplazamiento/transporte, manutención, pasajes, viáticos, prestaciones laborales, sociales y riesgos laborales, dotación de vestido de labor y de protección acuerdo normas vigentes, y en general los necesarios para garantizar la correcta ejecución contractual, **SERÁN DE RESORTE EXCLUSIVO Y POR ENDE CORRERÁ A CARGO DE QUIEN RESULTE SELECCIONADO**, sin que estos aspectos con posterioridad durante la ejecución y/o periodo de Garantía, puedan ser esgrimidos por el mismo, como imprevistos y/o motivos generadores de solicitud de

restablecimiento del equilibrio del contrato y/o reconocimiento del mismo, por lo que deben ser tenidos en cuenta (previstos) por el Oferente desde el momento de confeccionar y presentar su ofrecimiento.

**Tratamiento de la entidad para detección de precios artificialmente bajos.** Cuando, en desarrollo de la evaluación de la lista de precios presentada por los oferentes, a solicitud de interesados u oferentes, o la Entidad evidencie indicios de que **uno o varios ítems y/o el valor total de la oferta** podrían constituir precios artificialmente bajos, la Dirección General Marítima – DIMAR requerirá, por **una sola vez**, la justificación correspondiente, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.2.2.4 del Decreto 1082 de 2015. Para tal efecto, el oferente deberá presentar un **Análisis de Precios Unitarios** de los bienes y/o servicios ofertados por cada ítem objeto de observación, acompañado de la respectiva justificación de suficiencia económica. Dicha justificación deberá demostrar razonablemente que los precios ofertados cubren la totalidad de los costos y gastos a cargo del contratista y que **garantizan la adecuada, oportuna y satisfactoria ejecución de las obligaciones contractuales**, para lo cual deberá aportar los soportes o evidencias que sustenten la viabilidad técnica, operativa y financiera de la oferta.

$$Oferta = Costo\ del\ bien, servicio\ u\ obra\ (insumos, equipos, personal) + gastos\ generales + imprevistos + utilida$$

**En caso de discrepancia entre el Anexo "Propuesta Económica" y lo diligenciado en la plataforma SECOP II, el comité económico evaluador, tendrá en cuenta lo consignado en el SECOP II, y podrá solicitar aclaración del Anexo.**

**ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA.**

El oferente deberá diligenciar la **PROPUESTA ECONÓMICA**, contenida como anexo al pliego de condiciones, y presentarla a través de la plataforma SECOP II conforme a las siguientes reglas:

1. **Valor total de la propuesta:** Deberá indicarse de forma clara y explícita.
2. **Expresión de valores:** Todos los precios unitarios y/o totales deberán expresarse en **pesos colombianos sin decimales**, y deberán tener en cuenta la forma y el sistema de pago establecidos en la invitación pública.
3. **Variables económicas:** El oferente deberá contemplar las variables económicas que considere pertinentes, con base en las condiciones previstas en el proceso de selección. Las proyecciones derivadas de dichas variables serán de **responsabilidad exclusiva del oferente**, por lo que asumirá cualquier diferencia que se presente entre dichas proyecciones y el comportamiento real durante la ejecución del contrato.
4. **Distribución de riesgos:** La propuesta deberá considerar la **distribución de riesgos contractuales previsibles**, conforme a lo establecido en el pliego de condiciones.
5. **Condiciones técnicas y operativas:** Se deberán tener en cuenta las **especificaciones técnicas del bien o servicio**, así como las normas legales aplicables en la región y en el sitio específico de ejecución. Asimismo, se deberán contemplar todos los **costos asociados a la ejecución del objeto contractual**, incluidos transporte de personal, equipos, materiales, condiciones climáticas, ambientales y de orden público.
6. **Tributos e impuestos:** Todos los tributos, impuestos, tasas, contribuciones o cargas fiscales, **cualquiera sea su denominación o fuente normativa**, que se generen con ocasión de la celebración, ejecución o liquidación del contrato, serán de **cargo exclusivo del oferente**.

**REVISIÓN OFERTA ECONÓMICA.**

El comité evaluador económico y financiero designado por la entidad revisara las propuestas económicas para determinar si cumplen o no con los requisitos mínimos exigidos en la invitación publica, y en caso de ser afirmativo, serán consideradas económicamente con el resultado de "CUMPLE" o en su defecto como "NO CUMPLE". Para ello, el comité evaluador tendrá en cuenta para verificación los siguientes aspectos:

1) Que se hayan ofrecido precios unitarios para cada uno de los ítems de acuerdo con el presupuesto oficial estimado que hace parte del pliego de condiciones.
2) Que el precio unitario ofertado no sobrepase el precio unitario de referencia por cada ítem.
3) Que el valor total corregido de la oferta económica sea igual o inferior al presupuesto oficial del proceso.
4) Que alguno de los ítems no tenga precios unitarios o en su defecto sea igual a cero (0).
5) Que la oferta económica se presente suscrita por el representante legal o apoderado del oferente.
6) Que la oferta presente precios artificialmente, sin perjuicio del término otorgado para subsanación.
7) Que la oferta económica corresponda específicamente al presente proceso de selección.
8) Que la propuesta económica no presente tachadura o enmendadura. Toda tachadura y/o enmendadura en la oferta debe estar convalidada con la firma del oferente al pie de esta y nota al margen del documento donde manifieste clara y expresamente la corrección realizada, para ser tenido en cuenta el documento por la Entidad.

En caso de inobservancia de uno (1) o más de los requisitos de verificación económico aquí solicitados dará como causal de **RECHAZO DE LA PROPUESTA**.

**RELACION DE CANTIDADES, PRECIOS Y ERROR ARITMÉTICO.**

El oferente deberá presentar su propuesta económica en **precios unitarios**, teniendo en cuenta la descripción de la tabla de cantidades, las especificaciones técnicas contenidas en la invitación publica y todos los factores necesarios para la correcta y completa ejecución de cada ítem.

Será responsabilidad exclusiva del oferente cualquier error, omisión o falta de conformidad en el análisis y presentación de los precios unitarios, debiendo asumir los mayores costos o pérdidas que de ello se deriven.

El **precio unitario** ofertado constituye una **manifestación expresa, libre, consciente e inequívoca de la voluntad del oferente**, formulada en ejercicio de su autonomía de la voluntad negocial y de conformidad con las reglas que rigen la contratación estatal. En tal sentido, se entiende que dicho precio refleja de manera integral el análisis técnico, económico y financiero realizado por el oferente, así como su aceptación plena de las condiciones contractuales, los riesgos previsibles y las obligaciones a su cargo. En consecuencia, el precio unitario presentado compromete al oferente frente a la ejecución del objeto contractual en los términos propuestos y aceptados, sin que pueda alegarse con posterioridad error, desconocimiento, insuficiencia económica o ausencia de previsión como fundamento para reclamaciones, ajustes de precios o solicitudes de restablecimiento del equilibrio económico del contrato, salvo en los eventos expresamente previstos en la ley.

Durante la evaluación, el comité evaluador verificará:

1. Que **todas las casillas de "Precio Unitario"** deberán estar debidamente diligenciadas por el oferente con valores expresos, numéricos y mayores a cero. La omisión en el diligenciamiento de uno o más precios unitarios, su registro en cero (0), en blanco o con valores indeterminados, se considerará como ausencia de manifestación válida de voluntad económica y, en consecuencia, la propuesta será rechazada por no constituir un ofrecimiento cierto, claro y completo, conforme a las reglas del presente proceso de selección y los principios que rigen la contratación estatal.
2. Que **todas las casillas de "Precio Total"** estén diligenciadas. Si alguna está vacía o en cero, el comité evaluador podrá calcular multiplicando el precio unitario correspondiente por la cantidad indicada para la actividad.
3. Que el valor consignado en la casilla "**Valor Total**" corresponda a la **sumatoria aritmética** de todos los precios totales por ítem. Si existe error de suma, el comité evaluador aplicará la respectiva **corrección aritmética**.
4. Que, en caso de existir errores de transcripción en la descripción de **las actividades, unidades de medida, cantidades o productos**, estos serán corregidos por parte del comité evaluador conforme al tabla de cantidades relacionadas en al anexo de especificaciones técnicas del presente proceso.
5. Que las mejoras en especificaciones técnicas o condiciones ofertadas a las establecidas en la invitación publica por el oferente no serán consideradas como errores ni darán lugar al rechazo de la oferta**.**
6. Para efectos de redondeo, se considerará válida la aproximación a la unidad conforme a la siguiente regla: si la fracción decimal es igual o superior a 0,5, se aproximará al número entero siguiente; si es inferior, se aproximará por defecto al número entero anterior. Las aproximaciones que no se ajusten a este criterio se considerarán error, pero **no constituirán causal de rechazo**, salvo que:

    - El valor corregido **supere el precio de referencia por ítem**, o
    - El valor total ofertado **exceda el presupuesto oficial** del proceso.

**Los requisitos de verificación de carácter financiero** se encuentran señalados en la invitación pública electrónica disponible en el SECOP II, las siguientes constituyen las generalidades o condiciones complementarias necesarias para la verificación de dichos factores:

- **Formato de Datos Básicos de Beneficiario de Cuenta e información tributaria del Anexo "F" Sistema de Información Integral Financiera "SIIF II"**. El oferente deberá aportar el formato de registro o cancelación de cuentas corrientes o ahorros en SIIF, conforme el anexo dispuesto por la Entidad.

  En el evento de ser un Consorcio o Unión Temporal se debe certificar un número de cuenta Bancaria de uno de los Consorciados o Miembro de la Unión Temporal.

  En caso de que el oferente en condición de consorcio o unión temporal sea seleccionado, debe abrir una única cuenta a nombre del consorcio o unión temporal y presentar la certificación como requisito previo a la suscripción del Contrato (aceptación de oferta). Lo anterior, teniendo en cuenta que el Sistema Integral de Información Financiera - SIIF, solo permite acoger una cuenta bancaria para registrar la obligación y orden de pago.

- **Fotocopia del Registro de Información Tributaria (RIT):** El oferente deberá aportar fotocopia del RIT, Base de información administrada por la Dirección Distrital de Impuestos, en la cual todas las personas (naturales o jurídicas) que realicen actividades Industriales, Comerciales o de Prestación de Servicios en la cuidad de Bogotá, D.C., se deben inscribir.

- **Fotocopia del Registro Único Tributario (RUT)** actualizado, vigencia 2026, a fin de verificar entre otros el Régimen Tributario al que corresponde.

  Para el caso de consorcios o uniones temporales, deberán presentarlo individualmente y, en caso de que les sea seleccionado, será entregado a la entidad para el respectivo perfeccionamiento del contrato.

- **Certificación Bancaria.** Expedida dentro de los treinta (30) días antes de la presentación de oferta del presente proceso.

  La certificación bancaria deberá corresponder a la persona natural o jurídica que presenta la oferta.

  En el evento de ser un consorcio, unión temporal o promesa de sociedad futura podrá abrir una única cuenta a nombre del consorcio, unión temporal o promesa sociedad futura y presentará la certificación de esta dentro del término establecido por la entidad posterior al perfeccionamiento del contrato o en su defecto, indicar dentro del mismo plazo la cuenta bancaria de los integrantes del consorcio, unión temporal o promesa de sociedad futura que se tendrá para el contrato.

  La certificación debe contener

    - Número de la cuenta

- clase: corriente o ahorros
- Nombre del titular (oferente)
- Número de identificación (CC o Nit).

- **VALIDEZ MÍNIMA DE LAS OFERTAS:** Noventa (90) días calendario a partir de la fecha de cierre de la Invitación Pública.

**5.2. VERIFICACIÓN JURÍDICA:** Se verificará que la documentación presentada por el Oferente se ajuste a lo exigido en la invitación publica por parte de la Dirección General Marítima - **DIMAR,** el Comité Asesor Evaluador Jurídico emitirá el concepto respectivo sobre el cumplimiento de los requisitos para Contratar, en caso de que se realicen observaciones y requerimientos y el Oferente no subsane en el plazo solicitado, la oferta será **RECHAZADA**. La Verificación Jurídica no registra puntaje. La capacidad jurídica se acreditará con el cumplimiento de los requisitos señalados a continuación:

**5.2.1. Carta de Presentación de la Propuesta**; firmada por el Proponente, Representante Legal para Personas Jurídicas, o por la persona designada para representar el Consorcio o Unión Temporal, o Apoderado debidamente constituido para el efecto. Se anexa modelo de Carta de Presentación de la Propuesta, la cual deberá diligenciar acuerdo Anexo "A" previsto en el presente pliego de condiciones.

**5.2.2. Certificado de Existencia y Representación Legal para las Personas Jurídicas y Certificado de Matrícula para Personas Naturales vigente;** expedido en un lapso no mayor a treinta (30) días calendario anteriores a la fecha de presentación de propuesta y en donde conste el objeto social, el cual debe tener relación directa con el objeto del presente proceso.

Igualmente debe acreditar que la duración de la sociedad no es inferior a UN (01) AÑO contado a partir del vencimiento máximo de amparo de que tratan las garantías de la presente contratación, en todo caso, mínimo UN (01) AÑO posterior al término establecido para la liquidación del contrato (lo último que ocurra) o Matrícula Mercantil para el caso de las personas naturales, con fecha de expedición igual a la arriba señalada.

Cuando se trate de Persona Jurídicas Extranjeras que no tengan sucursal en Colombia (De acuerdo a la Ley 1564 de julio 12 de 2012, por medio de la cual se expide el Código General del Proceso, articulo 58, Titulo VIII artículos 471 a 489, en especial el artículo 474 numeral 2 del Código de Comercio y normatividad tributaria en Colombia), deberán comprobar su Existencia y Representación Legal de conformidad con las normas de su país de origen y artículo 58 de la Ley 1564 de julio 12 de 2012.

Si el Representante Legal de la Persona Jurídica tiene restricciones para contraer obligaciones en nombre de la misma, deberá adjuntarse en la oferta el documento de autorización expresa del órgano competente a su Representante Legal, presentación de la propuesta, la suscripción y la ejecución hasta la liquidación del contrato. Los Consorcio o Unión Temporal o promesa de sociedad futura o cualquier otra forma legal de asociación deberán acreditar Acta de Autorización de cada una de las Compañías que componen el Consorcio o Unión Temporal o promesa de sociedad futura o cualquier otra forma legal de asociación, para presentación de la propuesta, la suscripción y la ejecución hasta la liquidación del contrato.

**5.2.2.1. Personas Naturales y/o Jurídicas Nacionales de Naturaleza Privada.** Se consideran personas jurídicas nacionales de naturaleza privada, aquellas entidades constituidas con anterioridad a la fecha de presentación de propuestas, conforme la legislación colombiana y con domicilio en el País, con aportes de origen privado que deberán cumplir al momento de presentación de la propuesta con los siguientes requisitos:

- Las personas jurídicas, deberán acreditar su existencia y representación legal mediante la presentación del original del Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio del domicilio principal y las personas naturales deberán presentar el Certificado de Matrícula Mercantil expedido por la respectiva Cámara de Comercio, siempre y cuando estén obligadas por ley, y en ambos casos, con fecha de expedición igual o inferior a 30 días calendario anteriores a la fecha de presentación de la propuesta y renovado.

- Acreditar un término de constitución mínimo de UN (01) AÑO anterior a la fecha de cierre del presente proceso.

- Acreditar la suficiencia de la capacidad del representante legal para la presentación de la propuesta, la suscripción del contrato y su ejecución hasta la liquidación. Cuando el representante legal tenga limitaciones estatutarias, se deberá presentar adicionalmente copia del acta en la que conste la decisión del órgano social correspondiente que autorice al representante legal para la presentación de la propuesta, la suscripción, la liquidación del contrato y para actuar en los demás actos requeridos para la contratación en el caso de resultar adjudicatario.

- Acreditar que el objeto social de la persona natural o jurídica se encuentra relacionado con el objeto del contrato, de manera que les permita su celebración y ejecución, teniendo en cuenta para estos efectos el alcance y la naturaleza de las diferentes obligaciones que adquiere. El objeto (entiéndase descripción de actividades principales) que allí se registre debe guardar relación con el objeto del presente proceso, incluyendo a las sociedades constituidas por acciones simplificadas de que trata la ley 1258 de 2.008 que deben relacionar como lo indica el articulo 5 las actividades principales; toda vez que el Registro Único de Proponentes solo registra hasta el tercer nivel de desagregación de los códigos de naciones unidades lo que dificulta verificar la experiencia del oferente.

**5.2.2.2. Personas Jurídicas Nacionales de Naturaleza Pública.** Se considerarán personas jurídicas nacionales de naturaleza Pública, aquellas entidades conformadas bajo las leyes de la República de Colombia, que por virtud de la ley o del acto que autorice su constitución, y según la participación estatal que se registre en ellas, deban someterse al régimen de derecho público, trátese de entidades

territoriales o descentralizadas funcionalmente de cualquier orden, las que deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Acreditar su existencia y representación legal. Para el efecto, deberán citarse los documentos y actos administrativos que conforme con la Ley sean expedidos en cada caso por la autoridad competente, con las formalidades y requisitos exigidos para su eficacia y oponibilidad ante terceros. En todo caso, deberá citarse el documento mediante el cual se dio la autorización para la suscripción del contrato y su ejecución hasta la liquidación, impartida por el órgano competente, sin perjuicio de lo cual, será responsabilidad de la persona jurídica correspondiente, asegurarse de haber cumplido con todos los requisitos presupuestales y administrativos necesarios para obligarse y para poder ejecutar adecuada y oportunamente las obligaciones que contrae mediante la presentación de la propuesta.
- Acreditar que el ente público contratante tiene capacidad legal para la celebración y ejecución del contrato.
- Acreditar la suficiencia de la capacidad del representante legal para la presentación de la propuesta, la suscripción y la ejecución hasta la liquidación del contrato, teniendo en cuenta para estos efectos el alcance y la naturaleza de las diferentes obligaciones que adquiere.
- Acreditar que el objeto de la entidad ejecutora tenga estricta relación con el objeto y las obligaciones del contrato a suscribir.

  **NOTA:** Para efectos de verificación de la capacidad jurídica, en el evento en que el proponente tenga una naturaleza jurídica especial (fundación, sociedad sin ánimo de lucro, corporación, etc.), deberán adjuntarse los documentos que acrediten tal calidad de conformidad con las leyes especiales que las rige.

**5.2.2.3. Personas Jurídicas Públicas o Privadas de Origen Extranjero:** Para los efectos previstos en este numeral se consideran personas jurídicas públicas o privadas de origen extranjero las sociedades que no hayan sido constituidas de acuerdo con la legislación nacional, sea que tengan o no domicilio en Colombia a través de sucursales. Las propuestas de personas jurídicas de origen extranjero se someterán en todo caso a la legislación colombiana, sin perjuicio de lo cual, para su participación deberán cumplir con las siguientes condiciones, las cuales han sido extraídas de las exigencias establecidas en la Ley 1150 de 2007.

Documento que acredite la existencia y representación legal de la sociedad extranjera en el país de origen, el cual deberá contener como mínimo lo siguiente:

- Las personas jurídicas extranjeras deben acreditar su existencia y representación legal con el documento idóneo expedido por la autoridad competente en el país de su domicilio no anterior a tres (3) meses desde la fecha de presentación de la Oferta, en el cual conste nombre o razón social completa del proponente, tipo, número y fecha del documento de constitución o creación, fecha y clase de documento por el cual se reconoce la personería jurídica y duración de la entidad, su existencia, fecha de constitución, objeto, duración, nombre representante legal, o nombre de la persona que tenga la capacidad de comprometerla jurídicamente, y sus facultades, señalando expresamente que el representante no tiene limitaciones para contraer obligaciones en nombre de la misma, o aportando la autorización o documento correspondiente del órgano directo que lo faculta.
- Cuando el documento aportado que acredite la existencia y representación legal de la persona jurídica extranjera no cuente con toda la información requerida, podrán adjuntar una certificación del representante legal de la sociedad extranjera, la cual se entiende formulada bajo la gravedad de juramento. Para la representación legal de la persona jurídica extranjera en Colombia, está podrá designar a su sucursal u otorgar poder a un apersona natural o jurídica domiciliada en Colombia (acuerdo disposiciones de la Ley 1564 de julio 12 de 2012, por medio de la cual se expide el Código General del Proceso, articulo 58, Titulo VIII artículos 471 a 489, en especial el 474 numeral 2 del Código de Comercio y normatividad tributaria en Colombia), caso en el cual deberá estar facultado para representar legalmente a la persona jurídica extranjera. Adicional a lo anterior, la sociedad extrajera deberá certificar:
  - Acreditar un término de constitución mínimo de un (01) año anterior a la fecha de cierre del presente proceso.
  - Acreditar un término mínimo remanente de duración de la sociedad, UN (01) AÑO contado a partir del vencimiento máximo de amparo de que tratan las garantías de la presente contratación, en todo caso, mínimo UN (01) AÑO posterior al término establecido para la liquidación del contrato (lo último que ocurra).
  - Acreditar la suficiencia de la capacidad del representante legal para la suscripción del contrato ofrecido y su ejecución hasta la liquidación. Cuando el representante legal tenga limitaciones estatutarias, se deberá presentar adicionalmente copia del acta en la que conste la decisión del órgano social correspondiente que autorice al representante legal para la presentación de la propuesta, la suscripción del contrato y su ejecución hasta la liquidación, así como para actuar en los demás actos requeridos para la contratación en el caso de resultar adjudicatario.
  - Acreditar que su objeto social es lícito y se encuentra directamente relacionado con el objeto del contrato, de manera que le permita a la persona jurídica la celebración y ejecución del contrato ofrecido, teniendo en cuenta para estos efectos el alcance y la naturaleza de las diferentes obligaciones que adquiere.

**5.2.3. Poder;** cuando el proponente actúe a través de un representante o apoderado deberá allegar **PODER ESPECIAL** mediante el cual confiere expresas facultades a su representante o apoderado para presentar la propuesta, notificarse de las actuaciones derivadas del presente proceso, presentar observaciones y firmar el respectivo contrato en caso de resultar adjudicatario.

**Apoderado para Oferentes Extranjeros:** Los oferentes extranjeros sin sucursal o domicilio en Colombia deberán presentar sus propuestas, previo cumplimiento de los requisitos generales aplicables a los oferentes nacionales con las excepciones del caso y especialmente cumpliendo los siguientes requisitos:

- Cuando se trate de personas naturales extranjeras sin domicilio en el país o de personas jurídicas privadas extranjeras que no tengan establecida sucursal en Colombia, deberá acreditar la constitución de un apoderado (Poder Especial), domiciliado y residente en Colombia, debidamente facultado para presentar la manifestación de interés, la propuesta y celebrar el contrato, así como para representarla administrativa, judicial o extrajudicialmente.
- Los poderes podrán extenderse en el exterior, ante cónsul colombiano o el funcionario que la ley local autorice para ello; en ese último caso, su autenticación se hará en la forma establecida en el presente pliego de condiciones.

**I.1 Acta de Constitución Consorcial; de Unión Temporal o promesa de sociedad futura:**

La Dirección General Marítima aceptará que la oferta sea presentada por dos o más personas naturales y/o jurídicas, que acrediten tener las calidades enunciadas en los numerales anteriores y que en forma conjunta informen si su participación es a título de Consorcio o Unión Temporal o promesa de sociedad futura o cualquier otra forma legal de asociación.

Cuando la propuesta la presente un Consorcio o Unión Temporal o promesa de sociedad futura o cualquier otra forma legal de asociación, cada uno de los integrantes deberá presentar, según el caso, los documentos jurídicos que correspondan a su naturaleza, persona natural o jurídica. El acta de constitución deberá cumplir con los siguientes requisitos**:**

- Acreditar la existencia del Consorcio o Unión Temporal o promesa de sociedad futura o cualquier otra forma legal de asociación y específicamente la circunstancia de tratarse de uno u otro, lo cual deberá declararse de manera expresa en el acuerdo de asociación correspondiente, señalando las reglas básicas que regulan las relaciones entre ellos, los términos, actividades, condiciones y participación porcentual de los miembros de la Unión Temporal en la propuesta y en la ejecución de las obligaciones atribuidas al contratista por el contrato ofrecido.
- Acreditar un término mínimo de duración del Consorcio o Unión Temporal o promesa de sociedad futura o cualquier otra forma legal de asociación, de UN (01) AÑO contado a partir del vencimiento máximo de amparo de que tratan las garantías de la presente contratación, en todo caso, mínimo UN (01) AÑO posterior al término establecido para la liquidación del contrato (lo último que ocurra).
- Acreditar la existencia, representación legal y capacidad legal y jurídica de las personas jurídicas consorciadas, asociadas en Unión Temporal o promesa de sociedad futura y la capacidad de sus representantes para constitución, así como de la propuesta para la presentación, celebración y ejecución del contrato.
- Acreditar que cada una de las personas jurídicas integrantes del Consorcio o Unión Temporal o promesa de sociedad futura o cualquier otra forma legal de asociación, tiene un término mínimo de duración o vigencia de UN (01) AÑO contado a partir del vencimiento máximo de amparo de que tratan las garantías de la presente contratación, en todo caso, mínimo UN (01) AÑO posterior al término establecido para la liquidación del contrato (lo último que ocurra).
- La designación de un representante que deberá estar facultado para actual en nombre y representación del Consorcio o Unión Temporal o promesa de sociedad futura o cualquier otra forma legal de asociación. Igualmente deberá designar un suplente que lo reemplace en los casos de ausencia temporal o definitiva, indicando expresamente las facultades otorgadas para el efecto.

La designación del miembro o representante a través del cual se constituirá cuenta bancaria en los términos expresos por el Código de Comercio y la Superintendencia Financiera en el caso que resulte adjudicatario conforme lo indican las *Circulares Básica Jurídica 007 de 1996 y Externa 029 de 2014 numeral 4.2.2.2.1., numeral 4.2., Capítulo IV, Título IV de la Parte 1ª, si como el Memorando No. 2014031879-005 del* 11 de junio *de 2014) de la Superintendencia Financiera*.

Los requisitos relacionados con la existencia, representación legal y duración de los Consorcios o Uniones Temporales deberán acreditarse mediante la presentación del documento consorcial o de constitución de la Unión temporal en el que se consignen los acuerdos y la información requerida.

**NOTA 1.** Una vez sea notificado de la Resolución de Adjudicación, el consorcio o unión temporal favorecida deberá constituir el NIT y la cuenta bancaria (para lo cual, y en caso de resultar adjudicatarios, deberán abrir una cuenta corriente con pluralidad de personas en los términos del artículo 1384 del Código de Comercio o también podrán designar a uno de los integrantes como titular para su manejo, en cuyo caso efecto, deberán observarse las condiciones establecidas para la vinculación de clientes de que trata la Circular Básica Jurídica (*Circulares Básica Jurídica 007 de 1996 y Externa 029 de 2014 numeral 4.2.2.2.1., numeral 4.2., Capítulo IV, Título IV de la Parte 1ª, si como el Memorando No. 2014031879-005 del* 11 de junio *de 2014) de la Superintendencia Financiera). (Conceptos (SFC) 2014017314- 001 del 4 de abril de 2014 y 2015011812-002 del 25 de marzo de 2015),* documentos que deben ser allegados a la Subdirección Administrativa y Financiera de la Dirección General Marítima.

**NOTA 2:** Los Anexos que tratan del acto de constitución de consorcio o unión temporal, constituirán los lineamientos o las directrices mínimas que los proponentes deberán tener en cuenta para suscribir el acta de constitución de Consorcio o Unión Temporal o promesa de sociedad futura o cualquier otra forma legal de asociación, pudiendo incluir aspectos que no estén contenidos dentro de este y que según su criterio sean conducentes y pertinentes para determinar el alance de la asociaciones en cuestión. Es preciso señalar que no se requiere que el acta sea suscrita en forma exacta al contenido del formulario.

Cuando se trate de promesa de sociedad futura, el oferente debe presentar el original de la promesa escrita de contrato de sociedad con el lleno de los requisitos establecidos en el artículo 119 del Código de Comercio

a. La promesa irrevocable de constituir e inscribir ante el registro mercantil, con arreglo a la ley colombiana, una sociedad colombiana dentro de los CUATRO (4) días hábiles posteriores a la fecha de notificación del acto de Adjudicación.

b. Que la futura sociedad será constituida con el único objeto de celebrar, ejecutar y liquidar el contrato derivado del presente proceso.

c. Que la responsabilidad y sus efectos respecto de los firmantes de la promesa y de los socios o accionistas, una vez se constituya, se rige por las disposiciones previstas para los consorcios, tal como lo dispone el parágrafo tercero del artículo 7 de la Ley 80 de 1993.

d. Las estipulaciones mínimas legales del contrato de sociedad que se promete constituir.

e. La manifestación expresa de cada uno de los promitentes responderá solidariamente con los demás promitentes y con la sociedad (i) por los perjuicios sufridos por la Entidad Contratante derivados del incumplimiento de la obligación de suscribir el contrato de sociedad prometido en los mismos términos consignados en el contrato de promesa presentado y (ii) por las obligaciones que se deriven de la propuesta y de la ejecución del contrato.

f. La inclusión de una cláusula en el contrato de sociedad, según la cual aquellos accionistas que (i) hayan aportado su capacidad financiera y de organización para acreditar el cumplimiento del respectivo requisito habilitante o (ii) hayan aportado su experiencia para acreditar el cumplimiento de las condiciones de experiencia, no podrán ceder su participación accionaria en la sociedad prometida sino únicamente mediante autorización previa y expresa de Entidad, en los términos del contrato que se llegare a suscribir.

g. Una duración de la sociedad contada a partir de su constitución, de UN (01) AÑO contado a partir del vencimiento máximo de amparo de que tratan las garantías de la presente contratación, en todo caso, mínimo UN (01) AÑO posterior al término establecido para la liquidación del contrato (lo último que ocurra).

h. Que el único condicionamiento que existe para la constitución de la sociedad prometida es la Adjudicación.

i. La participación que cada uno de los promitentes tendrá en el capital suscrito de la sociedad prometida y el monto del mismo.

**Nota 3:** Para efectos de la verificación jurídica de Consorcio o Unión Temporal o promesa de sociedad futura o cualquier otra forma legal de asociación, deberán allegarse los documentos jurídicos que a continuación se enuncian por cada uno de los integrantes: documento de identidad, situación militar definida, certificado de existencia y representación legal o matrícula mercantil, certificado de aportes parafiscales, certificado de cumplimiento de obligaciones SSSI (Salud, pensiones, riesgos profesionales, cajas de compensación), compromiso anticorrupción, declaración de multas y sanciones.

**5.2.4. Planilla de Pago obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral** De conformidad a lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 1150 de 2007, para acreditar el cumplimiento del presente requisito, el oferente deberá presentar las siguientes certificaciones:

**Persona natural / Persona natural con establecimiento de comercio con personal a cargo / Persona jurídica con personal a cargo / Persona jurídica sin personal a cargo:** Se acreditará con la planilla de pago de los dos (2) últimos meses.

**5.2.5. Certificado de Aportes Parafiscales:** Se acreditará con la certificación de paz y salvo correspondiente a los seis (6) meses anteriores a la fecha de cierre del presente proceso de selección, expedida por el representante legal o revisor fiscal, según el caso, conforme a la siguiente normatividad; Los artículos 202 y 204 de la Ley 100 de 1993, el artículo 7° de la Ley 21 de 1982, los artículos 2° y 3° de la Ley 27 de 1974 y el artículo 1° de la Ley 89 de 1988 y Certificación suscrita por el representante legal de encontrarse al día con el pago de Impuesto de autor retención renta (cuando aplique), en virtud de lo establecido en la Ley 1819 de diciembre de 2016.

**5.2.6. Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía;** El proponente deberá aportar copia del documento de identidad vigente, legible de la persona natural, representante legal o persona que presenta la oferta.

**5.2.7. Certificado Expreso de Multas y Sanciones:** El proponente deberá certificar las multas o sanciones impuestas dentro de los últimos tres (03) años, lo cual será verificado por la Entidad con el formato diligenciado, el cual deberá tener una vigencia no mayor a treinta (30) días calendario anteriores a la fecha de presentación de la propuesta. Adicionalmente, la Entidad podrá realizar una verificación a través del Registro Único de Proponentes o RUES.

**5.2.8. Tener Situación Militar Definida** (Aplica para varones menores de 50 años y para personas que no se encuentren en la situación descrita en la sentencia T-476/14 del 9 de Julio de 2014) del Representante Legal o de quien firma la propuesta, acuerdo artículo 11 "*Obligación de definir la situación militar*", de la Ley 1861 de agosto 04 de 2017.

**5.2.9. Compromiso Antisoborno:** Firmada por el oferente, representante legal para personas jurídicas, o por la persona designada para representar el Consorcio, Unión Temporal, Promesa de Sociedad Futura o

apoderado debidamente constituido para el efecto. Se anexa formato de compromiso antisoborno de la oferta, para su diligenciamiento conforme a lo previsto en el presente pliego de condiciones electrónico.

**5.2.10. Pacto de Integridad para Proveedores y/o Proponentes:** Firmada por el oferente, representante legal para personas jurídicas, o por la persona designada para representar el Consorcio, Unión Temporal, Promesa de Sociedad Futura o apoderado debidamente constituido para el efecto. Se anexa formato de Pacto de Integridad de la oferta, para su diligenciamiento conforme a lo previsto en el presente pliego de condiciones electrónico.

**5.2.11. Conflicto de Interés:** Firmada por el oferente, representante legal para personas jurídicas, o por la persona designada para representar el Consorcio, Unión Temporal, Promesa de Sociedad Futura o apoderado debidamente constituido para el efecto. Se anexa modelo de conflicto de interés de la oferta, el cual deberá diligenciar acuerdo anexo previsto en el presente pliego de condiciones electrónico**.**

**Documentos objeto de verificación por parte del Comité Jurídico designado por la Subdirección Administrativa y Financiera de la Dirección General Marítima**

- Certificado de Antecedentes Judiciales del Representante Legal y apoderado en caso de que aplique
- Certificado de Antecedentes Disciplinarios de la Procuraduría General de la Nación, del Representante Legal y apoderado en caso de que aplique y de la persona jurídica.
- Certificado de Responsabilidad fiscal del Representante Legal, expedido por la Contraloría General de la República y apoderado en caso de que aplique y de la persona jurídica.
- Medidas correctivas CNCP (https://srvpsi.policia.gov.co/PSC/frm_cnp_consulta.aspx) del Representante Legal y apoderado en caso de que aplique de conformidad con lo establecido en el artículo 183 de la Ley 1801 del 29 de julio de 2016.
- Certificado de registro de deudores alimentarios (REDAM). Decreto 1310 de 2022. www.redam.gov.co

**5.3. VERIFICACIÓN TÉCNICA:** El evaluador verificará la presentación de los documentos y manifestaciones exigidas en el proceso en cumplimiento de la experiencia y de las Especificaciones Técnicas, así mismo se verificará el contenido y dará el aval respecto de los documentos requeridos de la presente invitación:

**5.3.1. EXPERIENCIA MÍNIMA**

La experiencia podrá ser acreditada a través de Certificaciones de experiencia o copia de contratos totalmente ejecutados, adjuntando el acta de recibo a satisfacción o liquidación del contrato, suscritos con personas jurídicas de naturaleza pública o privada o personas naturales. Para el caso de contratos suscritos con personas naturales debe adjuntar adicional a la copia del contrato el acta de recepción o factura.

**5.3.2. Certificaciones de experiencia**

El proponente debe presentar entre los folios contentivos de su ofrecimiento, certificaciones de contratos celebrados y ejecutados con personas jurídicas de naturaleza pública o privada o personas naturales, relacionadas con el objeto del presente proceso, cuyo valor en conjunto equivalga mínimo al 100% del presupuesto oficial previsto para el mismo. Las certificaciones deben contener como mínimo:

- Contratante y NIT.
- Contratista y NIT.
- Valor del contrato.
- Número del contrato (cuando aplique).
- Fecha de Terminación del contrato.
- Objeto del contrato.
- Teléfono de la entidad contratante y/o funcionario que certifica.

La entidad evaluará la información suministrada y de acuerdo con ella, determinará si resulta suficiente para acreditar la experiencia. Así mismo la entidad se reserva el derecho de verificar la información aportada por los oferentes y de rechazar las propuestas en las cuales se incluya información inconsistente o que no corresponda a la realidad, sin perjuicio de las eventuales acciones civiles y penales a que haya lugar.

No podrá acumularse a la vez, la experiencia de los socios y la de la persona jurídica cuando éstos se asocien entre sí para presentar propuesta bajo alguna de las modalidades previstas en el Artículo 7 de la Ley 80 de 1993.

**NOTA:** La inclusión de la experiencia supone la declaración bajo la gravedad de juramento de que la experiencia incluida se encuentra debidamente certificada.

**5.3.2.1. Copia de contratos con acta de recibo a satisfacción o acta de liquidación.** El Proponente podrá acreditar **EXPERIENCIA** a través de copia contratos relacionados con el objeto del presente proceso acompañados del acta de recibo a satisfacción o acta de liquidación, suscritos con personas jurídicas de naturaleza pública o privada o personas naturales suscritos acompañadas de la respectiva acta de recibo a satisfacción o factura comercial cuya sumatoria de valores sea por lo menos igual al presupuesto oficial del proceso.

No podrá acumularse a la vez, la experiencia de los socios y la de la persona jurídica cuando éstos se asocien entre sí para presentar propuesta bajo alguna de las modalidades previstas en el Artículo 7 de la Ley 80 de 1993.

Si el contrato cuya experiencia se pretende hacer valer ha sido suscrito con la Dirección General Marítima, bastará la indicación del número del contrato, objeto y fecha de suscripción.

**Para la validación de la experiencia se tendrán las siguientes reglas:**

Para efectos de habilitar un proponente, la experiencia de los socios de una persona jurídica se podrá acumular a la de esta, cuando ella no cuente con más de un (1) año de constituida. La acumulación se hará en proporción a la participación de los socios en el capital de la persona jurídica.

En el caso de los consorcios o uniones temporales, la experiencia habilitante será la sumatoria de las experiencias de los integrantes que la tengan, de manera proporcional a su participación en el mismo.

Lo anterior significa que si para acreditar experiencia se presenta un contrato realizado en consorcio unión temporal el valor del contrato en SMMLV se afectará dos veces. La primera por el porcentaje de participación en el consorcio, unión temporal, que ejecutó el contrato y la segunda, por el porcentaje de participación en el consorcio o unión temporal del presente proceso.

No podrá acumularse a la vez, la experiencia de los socios y la de la persona jurídica cuando éstos se asocien entre sí para presentar propuesta bajo alguna de las modalidades previstas en el artículo 7 de la Ley 80 de 1993.

En el caso de sociedades que se escindan, la experiencia de la misma se podrá trasladar a cada uno de los socios escindidos, y se contabilizará según se disponga en la respectiva invitación del proceso. **AUTO-CERTIFICACIONES:** No se aceptan auto-certificaciones de contratos ejecutados para terceros.

**5.3.3. CUMPLIMIENTO DEL ANEXO TÉCNICO:** Para acreditar el cumplimiento de las especificaciones técnicas del presente proceso de contratación, será necesario que el oferente diligencie completamente el Anexo "ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS REQUERIDAS" del presente estudio.

En consonancia con lo anterior, el oferente, en caso de resultar adjudicatario entiende y acepta la totalidad de las exigencias establecidas en el Anexo "CERTIFICACIÓN CUMPLIMIENTO ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS REQUERIDAS" con las modificaciones si las hubiere y se compromete a cumplir a cabalidad con las mismas durante la ejecución del Contrato, teniendo en cuenta que constituyen las condiciones mínimas requeridas por la Entidad para la satisfacción de la necesidad que motiva el presente proceso de contratación.

**5.3.4. POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SST)**

En atención a lo establecido en el Decreto 1072 de 2015, especialmente, en cumplimiento de las obligaciones establecidas en el Artículo 2.2.4.6.8. Obligaciones de los empleadores, y en concordancia con lo ordenado en la Resolución No. 0312 de 2019 y Circulares vigentes expedidas por el Ministerio de Trabajo, el oferente individual o plural (cada uno de los integrantes de la unión temporal o consorcio), deberá allegar acreditación del requisito de política de seguridad y salud en el trabajo mediante el reporte arrojado por LA PLATAFORMA DEL SISTEMA GENERAL DE RIESGOS LABORALES https://sgrl.mintrabajo.gov.co, donde se verifique un valor estándar mínimo de calificación del 85%. En caso de presentación como oferente plural, este requisito deberá ser acreditado de manera independiente por cada uno de sus miembros.

**NOTA 1:** De conformidad al parágrafo 2 del artículo 2 de la Resolución No. 0312 de 2019 del Ministerio de Trabajo, NO están obligados a implementar los Estándares Mínimos establecidos en la presente resolución, los trabajadores independientes con afiliación voluntaria al Sistema General de Riesgos Labores de que trata la Sección 5 del Capítulo 2 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1072 de 2015.

**NOTA 2:** Para los proponentes extranjeros sin domicilio en Colombia, en razón a que sus oficinas y/o plantas laborales no están regidas por la normatividad colombiana, no les será aplicable.

*[El comité estructurador técnico deberá establecer los demás requisitos técnicos que requiera la entidad como habilitantes y la forma cómo el proponente debe acreditarlos como: cumplimiento anexo técnico, experiencia, garantía, equipo de trabajo etc.]*

## 6. ANÁLISIS DE RIESGOS Y LA FORMA DE MITIGARLOS

De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.1.1.6.3. del Decreto 1082 de 2015, la Entidad Estatal evaluó el Riesgo que el Proceso de Contratación representa para el cumplimiento de sus metas y objetivos, de acuerdo con los manuales y guías que para el efecto ha expedido Colombia Compra Eficiente y se estiman como riesgos los señalados en el Anexo "Matriz de Riesgos" del presente Estudio Previo.

## 7. GARANTÍAS

De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.2.1.4.5. del Decreto 1082 de 2015 "en la contratación directa la exigencia de garantías establecidas en la sección 3, que comprende los artículos 2.2.1.2.3.1.1. al 2.2.1.2.3.5.1. del presente decreto, no es obligatoria y la justificación para exigirlas o no debe estar en los Estudios Previos".

De conformidad con lo anterior, el futuro contratista deberá constituir la garantía en los términos establecidos en el Decreto 1082 de 2015 con los siguientes amparos: (Escoger los que aplique de conformidad con el objeto y la naturaleza del contrato)

- **CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO:** Por el veinte por ciento (20%) del valor total del contrato, con una vigencia igual al plazo de ejecución y cuatro (04) meses más, y de las prórrogas a este plazo si las hubiere.
- **CALIDAD Y CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS:** En cuantía equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución de este y cuatro (4) meses más, y de las prórrogas si las hubiere.

8. **OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.** Son obligaciones del CONTRATISTA, entendiendo por ello y para efectos del presente contrato:

**8.1.** OBLIGACIONES GENERALES. Son obligaciones generales del CONTRATISTA, para efectos del presente contrato, las siguientes:

i. Cumplir el objeto del contrato de conformidad con las especificaciones técnicas establecidas por la Entidad, la oferta presentada y dentro de los términos y plazos pactados.

ii. Reportar por escrito al supervisor del contrato cualquier novedad, inconsistencia o anomalía que se identifique durante la ejecución contractual, respondiendo por la calidad del bien o servicio suministrado, sin perjuicio de la garantía correspondiente.

iii. Ajustar, corregir y/o reemplazar, según sea el caso, los bienes y/o servicios que no sean aceptados por el supervisor del contrato.

iv. Acreditar que se encuentra al día en el pago de los aportes parafiscales y al Sistema de Seguridad Social Integral, así como los aportes al SENA, ICBF y Cajas de Compensación Familiar, cuando a ello haya lugar, como requisito previo para cada pago.

v. Presentar la documentación requerida para dicha acreditación así: Personas naturales: planilla de pago correspondiente. Personas jurídicas: certificación expedida por el revisor fiscal o por el representante legal, según corresponda, por un período no inferior a seis (6) meses anteriores a la celebración del contrato. En caso de sociedades con menos de seis (6) meses de constitución, se deberán acreditar los pagos desde la fecha de constitución.

vi. Tramitar oportunamente el Acta de Recepción, la factura electrónica y demás documentos necesarios para el pago, conforme a los plazos y términos establecidos por la Entidad.

vii. Publicar, según el plan de pagos, la factura y/o el Acta de Recepción a través del Sistema Electrónico para la Contratación Pública – SECOP II, con el fin de reportar la ejecución y el pago correspondiente del contrato.

viii. Abstenerse de acceder a peticiones o amenazas de personas que actúen por fuera de la ley. En caso de presentarse tales situaciones, informar de manera inmediata a la Entidad contratante y a las autoridades competentes. El incumplimiento de esta obligación dará lugar a la caducidad del contrato, conforme al artículo 5°, numeral 5°, de la Ley 80 de 1993.

ix. Dar cumplimiento a los criterios de sostenibilidad ambiental, conforme a la normatividad vigente y a los programas aplicables.

**8.2. OBLIGACIONES ESPECÍFICAS**

Son obligaciones específicas del CONTRATISTA las siguientes, de acuerdo con la naturaleza del objeto contractual:

i. Ejecutar las actividades descritas en las Especificaciones Técnicas establecidas dentro del proceso de contratación.

ii. Suministrar durante la vigencia del contrato la información necesaria para la correcta instalación, configuración y administración de los softwares objeto del contrato.

lii. Entregar como entregable contractual seis (06) licencias una de Envato, una de Metricool y las 4 requeridas por prensa, medios de comunicación digital, ( El espectador, El país, el Universal y el tiempo)

iii. Garantizar la calidad del servicio, brindando soporte de fábrica estándar para la atención de dudas, incidencias o novedades relacionadas con el funcionamiento del software, por un período de un (01) año contado a partir de la activación del licenciamiento.

iv. Atender los requerimientos contractuales realizados por la Entidad de manera escrita o a través de la plataforma definida, dentro de un plazo máximo de dos (02) días hábiles, cumpliendo con los requisitos documentales exigidos por el proveedor.

v. Facilitar el uso de firmas digitales cuando estas sean requeridas, con el fin de permitir la adecuada y oportuna ejecución del contrato.

vi. Garantizar soporte de fábrica estándar con tiempos de respuesta no superiores a veinticuatro (24) horas, bajo un esquema de atención 7x24, e informar a la Entidad los canales de atención y el modelo de soporte del fabricante de cada licencia.

**9. OBLIGACIONES DE LA DIRECCIÓN GENERAL MARÍTIMA**

En general son obligaciones de la Dirección General Marítima, son:

i. Recibir a entera satisfacción los bienes y/o servicios contratados, cuando estos cumplan con las condiciones establecidas en el Contrato.

ii. Pagar al Contratista en la forma pactada y con sujeción a las Disponibilidades Presupuestales y de PAC previstas para el efecto.

iii. Tramitar diligentemente las Apropiaciones Presupuestales que requiera para solventar las Prestaciones Patrimoniales que hayan surgido a su cargo como consecuencia de la suscripción del presente Contrato.

iv. Verificar que el Contratista se encuentre al día en el Pago de Aportes Parafiscales relativos al Sistema de Seguridad Social Integral y Cajas de Compensación Familiar cuando corresponda (artículo 50 de la Ley 789 de 2002, Ley 828 de 2003 y artículo 23 de la Ley 1150 de 2007).

v. Aprobar la Garantía Única una vez presentada por el Contratista.

vi. Suscribir el Acta de Liquidación.

vii. Exigir del Contratista la ejecución idónea y oportuna del objeto Contratado.

viii. Adelantar las revisiones periódicas, para verificar que se cumplan con las condiciones de Calidad ofrecidas por los Contratistas, y promoverán las acciones de Responsabilidad contra estos y sus garantes cuando dichas condiciones no se cumplan. Estas revisiones deberán llevarse a cabo por lo menos una vez cada seis (06) meses durante el término de vigencia de las Garantías.

ix. La Entidad, se Reserva el Derecho de efectuar las verificaciones que considere necesarias.

x. Exigir que la calidad de los bienes y servicios contratados se ajusten a los requisitos mínimos previstos en las normas técnicas obligatorias, sin perjuicio de la facultad de exigir que tales bienes o servicios cumplan con las normas técnicas colombianas o, en su defecto, con normas Internacionales elaboradas por Organismos reconocidos a Nivel Mundial o con normas Extranjeras aceptadas en los Acuerdos Internacionales suscritos por Colombia.

xi. Sin perjuicio del llamamiento en Garantía, repetirá contra los servidores públicos, contra el Contratista o los Terceros Responsables, según el caso, por las indemnizaciones que deban pagar como consecuencia de la actividad Contractual.

xii. Adoptar las medidas necesarias para mantener durante el desarrollo y ejecución del Contrato las condiciones Técnicas, Económicas y Financieras ofertadas por el Contratista.

xiii. Actuar de tal modo que, por causas a ellas imputables, no sobrevenga una mayor onerosidad en el cumplimiento de las obligaciones a cargo del Contratista.

xiv. Las demás obligaciones que se deriven de la naturaleza del Contrato.

## 10. RECOMENDACIÓN DE LA SUPERVISIÓN

Se recomienda que la vigilancia, supervisión y verificación técnica y/o administrativa durante el desarrollo y ejecución del contrato sea:

| Grado | Apellidos y Nombres | Dependencia | Cédula | Celular | Correo electrónico |
|---|---|---|---|---|---|
| TS25 | ALDO FABIAN MARTÍNEZ RODRÍGUEZ | ACOES | 1.073.235.808 | 3178868540 | afmartinez@dimar.mil.co |
| **Experiencia** | | 9 años | | | |

## 5. ANEXOS

**5.1. ANEXO A. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS REQUERIDAS**
**5.2. ANEXO A1. CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL**
**5.3. ANEXO B. ESTUDIO DEL SECTOR**
**5.4. ANEXO C. ESTIMACION DEL PRESUPUESTO OFICIAL Y ESTUDIO DE MERCADO**
**5.5. ANEXO D. MODELO DE PROPUESTA ECONÓMICA**
**5.6. ANEXO E. MATRIZ DE RIESGOS**
**5.7. ANEXO F. CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL**

CAPITÁN DE NAVÍO GERMÁN AUGUSTO ESCOBAR OLAYA
Coordinador General
GERENTE DE PROYECTO

**TS20 Melissa Díaz Quintero**
Comité estructurador Técnico

**CPS Cruz Daza Fonseca**
Comité estructurador Jurídico

**CPS Omar Medrano**
Comité estructurador Económico y financiero

**ANEXO A**

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS REQUERIDAS**

| Ítems | DESCRIPCIÓN TECNICA DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS POR CONTRATAR | Unidad de medida | Cantidad |
|---|---|---|---|
| *1.* | **Envato Elements** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* |
| *2.* | **Metricool** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* |
| *3.* | **Prensa El Espectador** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* |
| *4.* | **Prensa El Tiempo** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* |
| *5.* | **Prensa El País** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* |
| *6.* | **Prensa El Universal** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* |

1. **Envato Elements:**

Acceso: Suscripción activa al servicio Envato Elements (licencia individual). Acceso web sin restricciones de red institucional.

Requerimientos de sistema: Navegador actualizado (Chrome, Edge o Firefox en sus tres últimas versiones). Conectividad estable a Internet (mínimo 10 Mbps de descarga para visualización de recursos).

Compatibilidad de archivos: Soport para formatos: PNG, JPG, SVG, PSD, AI, EPS, MP4, MOV, WAV, MP3, MOGRT, PPTX, entre otros. Software institucional compatible con la edición de los formatos descargados (Adobe Creative Cloud, PowerPoint, etc.).

Seguridad y cumplimiento: Descarga autorizada mediante licenciamiento oficial. Verificación de licencias por cada elemento utilizado, conforme a políticas de propiedad intelectual.

2. **Metricool:**

Acceso: Suscripción activa a Metricool (plan individual). Conectividad a Internet para sincronización en tiempo real.

Requerimientos de sistema: Navegador actualizado (Chrome, Edge o Firefox en versiones recientes). Integración con plataformas digitales institucionales: Facebook, Instagram, X/Twitter, YouTube, LinkedIn, TikTok y sitio web (para analítica mediante código de seguimiento).

Funciones mínimas necesarias: Panel unificado de analítica de redes sociales. Programación de publicaciones. Reportes descargables en PDF o Excel. Identificación de métricas claves (alcance, impresiones, engagement, crecimiento, mejores horas, etc.). Monitoreo de campañas pagadas cuando aplique.

Seguridad y cumplimiento: Accesos administrados mediante credenciales institucionales. Conexiones API seguras con redes sociales según sus protocolos.

3. **Suscripciones a medios de prensa nacionales:**

El Espectador Digital, El Tiempo Digital, El Universal y El Heraldo.

Acceso: Suscripciones digitales activas para lectura ilimitada. Cuentas institucionales asociadas a los usuarios autorizados.

Requerimientos de sistema: Navegador web actualizado. Conectividad mínima a Internet para acceso a contenido en línea. Acceso a aplicaciones móviles (opcional) en teléfonos Android o iOS.

Características esenciales: Lectura sin restricciones de artículos, reportajes, análisis y contenido multimedia. Acceso a archivos hemerográficos cuando el medio lo permita. Posibilidad de descarga de contenido en PDF (según disponibilidad del medio).

Seguridad y cumplimiento: Uso de cuentas institucionales, evitando el uso compartido no permitido. Cumplimiento con políticas de derechos de autor y uso responsable de la información.

CAPITÁN DE NAVÍO GERMÁN AUGUSTO ESCOBAR OLAYA
Coordinador General

GERENTE DE PROYECTO

TS20 MELISSA DÍAZ QUINTERO
**Estructurador Técnico**

**ANEXO A1**

**CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL**

La Dirección General Marítima ha incluido en su planeación contractual los lineamientos que emite el Gobierno Nacional incluyendo actividades que permitan fomentar el uso eficiente de los recursos, la energía, la construcción de infraestructura y la cadena de suministro, a través de prácticas de consumo y producción sostenible. Para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), se reconoce la importancia de la contribución de las Compras Públicas Sostenibles como mecanismo para promover la sostenibilidad dentro y fuera del territorio Nacional.

Las Compras Públicas Sostenibles son un instrumento que contribuye al desarrollo sostenible de un país, si se utiliza de manera complementaria a los instrumentos regulatorios (ej. leyes que prohíben el uso de ciertas sustancias peligrosas o que limitan la carga contaminante de las industrias), los instrumentos económicos (ej. reducción de ciertos impuestos por el uso de tecnologías limpias) y los instrumentos de comunicación (ej. campañas de sensibilización o sistemas voluntarios de etiquetado social o ambiental). Las compras públicas sostenibles ofrecen una serie de beneficios que abarcan diferentes aspectos clave:




Figura 2. Beneficios CPS. CGDJ10, 2024

**Beneficios Ambientales:**

- Reducción de la huella de carbono: Las compras públicas sostenibles contribuyen a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y promueven prácticas más amigables con el ambiente y los recursos naturales al priorizar productos y servicios con menor impacto ambiental.
- Conservación de recursos naturales: Se fomenta la conservación de recursos naturales como el agua, la energía y las materias primas al optar por productos reciclados, reutilizables o fabricados con materiales renovables.

**Beneficios Sociales:**

- Fomento de la equidad laboral: Al exigir a los proveedores el cumplimiento de estándares laborales justos y seguros, las compras públicas sostenibles contribuyen a mejorar las condiciones de trabajo y promueven la igualdad de oportunidades.
- Impulso a la inclusión: Al priorizar la contratación de proveedores locales, pequeñas y medianas empresas, así como empresas pertenecientes a grupos marginados, se fortalece la economía local y se fomenta la inclusión social y económica.

**Beneficios Institucionales:**

- Mejora de la imagen institucional: Adoptar prácticas de compras públicas sostenibles demuestra el compromiso de las entidades gubernamentales con el desarrollo sostenible y puede generar confianza y credibilidad entre los ciudadanos y otras partes interesadas.
- Cumplimiento normativo y legal: Las compras públicas sostenibles suelen estar alineadas con normativas y regulaciones ambientales y sociales, lo que ayuda a las instituciones a cumplir con sus obligaciones legales y a mitigar riesgos asociados a posibles sanciones o litigios.

**Beneficios Económicos**:

- Reducción de costos a largo plazo: Aunque inicialmente puede requerir una inversión mayor, optar por productos y servicios más eficientes energéticamente o duraderos puede resultar en ahorros significativos a largo plazo, tanto en términos de costos operativos como de mantenimiento.
- Estímulo a la innovación y la competitividad: Las compras públicas sostenibles fomentan la demanda de productos y servicios innovadores y respetuosos con el medio ambiente, lo que puede incentivar la investigación y el desarrollo de soluciones más sostenibles y competitivas en el mercado.

Es así, como durante la esta precontractual, para la elaboración de los estudios previos se deben involucrar los criterios ambientales aplicables que favorezcan ambientalmente la adquisición responsable de bienes y servicios para que propendan por la sostenibilidad de la Entidad, estableciendo responsabilidades entre los involucrados en la estructuración.

Verificada la guía **A3-GUI-003 Estudios Previos y su Contenido** teniendo en cuenta el objeto del estudio previo y los requisitos respecto a la normativa ambiental aplicable, se evidencia que el objeto contractual, no se encuentra especificado, por lo tanto, se procede a elaborar ficha específica, así:

| **ADQUISICIÓN DE BIENES (TECNOLÓGICOS)** | | **FICHA NÚMERO 5** |
|---|---|---|
| **ETAPA PRECONTRACTUAL: Solicitado al proponente** | | |
| **ASPECTOS AMBIENTALES** | **IMPACTOS AMBIENTALES** | **OBLIGACIONES PARA EL CONTROL DE LOS ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES IDENTIFICADOS** |
| Uso de servicios digitales (cero papel) | Reducción en el consumo de papel y generación de residuos sólidos | Criterios ambientales habilitantes:<br>El servicio deberá prestarse en su totalidad en entorno digital (web o nube), evitando la generación de documentos físicos, impresiones o entregables en papel.<br>Medio de verificación:<br>• Ficha técnica del servicio donde se evidencie modalidad digital (web/SaaS).<br>• Documento del proveedor indicando acceso en línea.<br>• Descripción del servicio en la oferta sin entregables físicos. |
| Eficiencia en infraestructura tecnológica | Disminución del consumo de recursos físicos y energéticos asociados a infraestructura | Criterios ambientales habilitantes:<br>Las soluciones deberán operar sin requerir adquisición o instalación de infraestructura física adicional por parte de la entidad.<br>Medio de verificación:<br>• Documento técnico del proveedor donde se especifique modalidad SaaS o acceso web.<br>• Requerimientos técnicos del servicio. |
| Licenciamiento legal y cumplimiento normativo | Prevención de riesgos legales y uso responsable de recursos tecnológicos | Criterios ambientales habilitantes:<br>El contratista deberá garantizar que las herramientas cuentan con licenciamiento legal y cumplen estándares de seguridad de la información.<br>Medio de verificación:<br>• Certificación del contratista sobre licenciamiento legal.<br>• Fichas técnicas o documentos de cumplimiento de estándares. |
| **ETAPA CONTRACTUAL: Solicitado al contratista** | | |
| Implementación de servicios digitales sostenibles | Reducción continua del consumo de papel y residuos | Criterios ambientales habilitantes:<br>El contratista deberá garantizar la prestación del servicio sin uso de papel ni soportes físicos durante la ejecución del contrato.<br>Medio de verificación:<br>• Certificación del contratista de operación 100% digita, al inicio del contrato<br>• Evidencia de entregables digitales (informes, accesos). |
| Gestión eficiente de accesos y usuarios | Optimización del uso de recursos digitales y reducción de consumos innecesarios | Criterios ambientales habilitantes:<br>El contratista deberá garantizar la correcta asignación de accesos institucionales, evitando duplicidad de cuentas o uso ineficiente de licencias.<br>Medio de verificación:<br>• Listado de usuarios habilitados con correos institucionales.<br>• Evidencia de creación de accesos (pantallazos/reportes). |

| **ADQUISICIÓN DE BIENES (TECNOLÓGICOS)** | | **FICHA NÚMERO 5** |
|---|---|---|
| **ETAPA PRECONTRACTUAL: Solicitado al proponente** | | |
| **ASPECTOS AMBIENTALES** | **IMPACTOS AMBIENTALES** | **OBLIGACIONES PARA EL CONTROL DE LOS ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES IDENTIFICADOS** |
| Uso y aprovechamiento de plataformas digitales | Maximización del uso eficiente de herramientas tecnológicas | Criterios ambientales habilitantes:<br>El contratista deberá asegurar la disponibilidad y funcionamiento de las plataformas para la gestión de contenidos y análisis digital.<br>Medio de verificación:<br>• Reportes de uso de plataformas.<br>• Evidencia de acceso a herramientas (capturas o reportes). |
| Cumplimiento de licencias durante la ejecución | Uso legal y sostenible de herramientas tecnológicas | Criterios ambientales habilitantes:<br>El contratista deberá mantener vigentes las licencias y suscripciones durante todo el plazo contractual.<br>Medio de verificación:<br>• Factura o certificado de suscripción vigente.<br>• Certificados de licencias activas. |
| Acceso a contenidos digitales | Reducción del uso de medios físicos de información | Criterios ambientales habilitantes:<br>El contratista deberá garantizar el acceso a los medios de prensa digitales contratados.<br>Medio de verificación:<br>• Evidencia de acceso (usuarios activos).<br>• Capturas o registros de consulta. |
| Soporte y continuidad del servicio digital | Prevención de reprocesos y consumo innecesario de recursos | Criterios ambientales habilitantes:<br>El contratista deberá garantizar la disponibilidad continua del servicio durante la ejecución del contrato.<br>Medio de verificación:<br>• Certificación de soporte<br>• Evidencia de accesos activos durante el contrato. |

CAPITÁN DE NAVÍO GERMÁN AUGUSTO ESCOBAR OLAYA
Coordinador General
GERENTE DE PROYECTO

TS20 MELISSA DÍAZ QUINTERO
**Estructurador Técnico**

Vivian Naijara Grimaldos Hurtado
**V.o.B.o. Líder Operativo Ambiental**

**ANEXO B**

**ESTUDIO DEL SECTOR**

De conformidad con lo dispuesto en el Decreto 1082 de 2015, en especial en el artículo 2.2.1.1.1.6.1, corresponde a la Entidad adelantar el análisis del sector económico relativo al bien y/o servicio que se pretende adquirir, como parte integral de la etapa de planeación del proceso de contratación. En este marco, y atendiendo las recomendaciones técnicas y buenas prácticas establecidas por la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente en la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector, el análisis se orienta a comprender el comportamiento del mercado desde una perspectiva integral que permita estructurar el proceso de contratación bajo criterios de eficiencia, economía, transparencia y obtención de valor por dinero. En consecuencia, el estudio se desarrolla a partir del análisis articulado de los principales componentes definidos por dicha guía, considerando los aspectos económicos, técnicos y de mercado que inciden directamente en la satisfacción de la necesidad institucional y en la adecuada toma de decisiones contractuales.

**Identificación del sector económico.**

Para el análisis descriptivo del presente estudio del sector se hizo necesaria utilizar la base de datos estadística suministrada por el sistema integrado de información societario teniendo en cuenta el Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU 4.0) de las principales ramas de la actividad económica. No obstante, presenta limitaciones en cuanto a las empresas que se encuentran sometidas a vigilancia, control e inspección por esta Superintendencia y que pertenecen al sector real de la economía. La veracidad de la información suministrada por cada empresa y que está incorporada al sistema, es de plena responsabilidad de los administradores, revisores fiscales y contadores de cada una de ellas, quienes la certifican y dictaminan conforme en lo consagrado en los artículos 37, 38 y 39 de la ley 222 de 1995. Por ende, solo se tendrán en cuenta los estados Financieros 40 NIIF (2024).

Por consiguiente, para comprender a las empresas hay que ubicarlas dentro de las ramas económicas que a su vez serán objeto de análisis para la presente contratación. Por tanto, es importante describir la rama a la actividad económica según la clasificación industrial internacional uniforme (Rev. CIIU 4.0 A.C.):

**1. Envato Elements**

**Actividad**: Suscripción a banco digital de recursos gráficos y audiovisuales para producción de contenidos institucionales.

**CIIU más adecuado**

**Sección J – Información y comunicaciones**

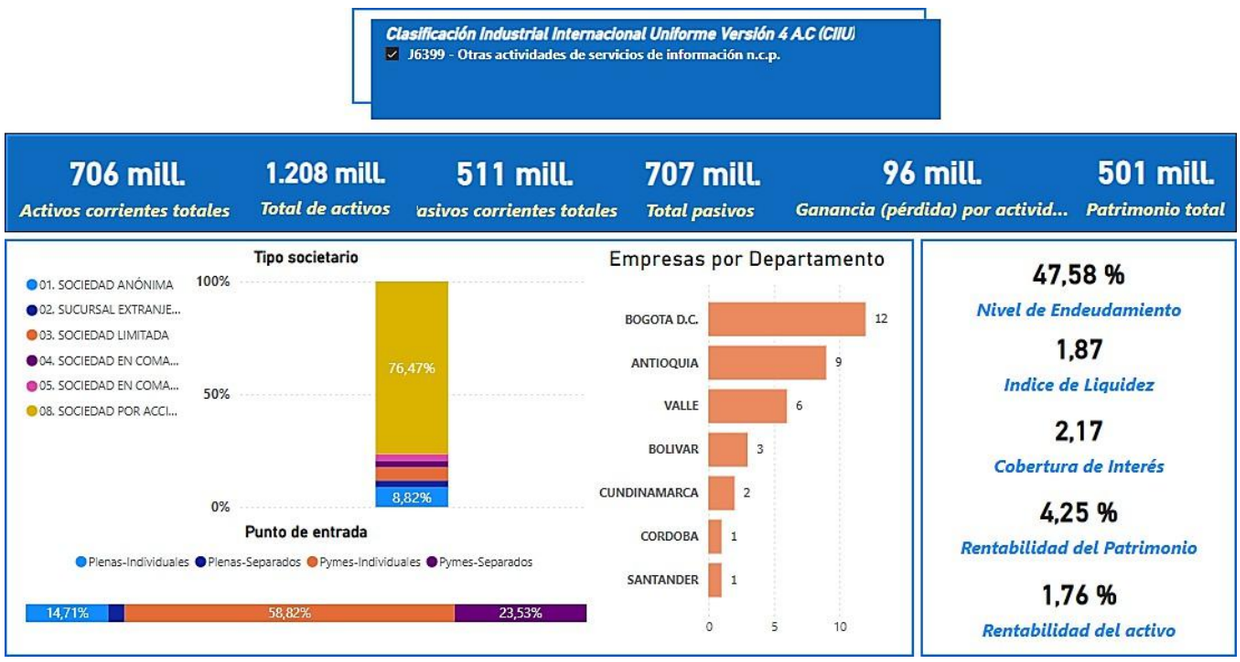
**División 63 – Actividades de servicios de información**

**Clase 6399 – Otras actividades de servicios de información n.c.p.**

**Justificación técnica**

Envato Elements no presta servicios profesionales de diseño ni publicidad, sino que **provee acceso digital a contenidos estandarizados** (plantillas, imágenes, videos, música). La naturaleza del servicio es **suministro de información digital reutilizable**, no creación a la medida ni consultoría. Por ello, encaja mejor como servicio de información que como actividad profesional o creativa individual.

Desde la lógica de la CIIU, la entidad usuaria **consume un servicio de información digital**, no contrata producción creativa.




Fuente: cálculos propios a partir de la información SIIS – SuperSociedades.

Desde una lectura financiera y de contratación estatal, la gráfica presenta un panorama bastante completo del **perfil económico, jurídico y territorial de los oferentes clasificados en el CIIU 6399 – Otras actividades de**

**servicios de información n.c.p.**, lo cual resulta pertinente para evaluar riesgo, capacidad y pertinencia en procesos de compra pública.

En primer lugar, el bloque superior consolida la **magnitud financiera agregada del sector analizado**. Se observa un total de activos por aproximadamente **1.208 millones**, de los cuales **706 millones corresponden a activos corrientes**, lo que indica que más de la mitad de los recursos están disponibles en el corto plazo. Esto es consistente con actividades de servicios intensivos en conocimiento y plataformas digitales, que no requieren grandes activos fijos. En el pasivo, el total asciende a **707 millones**, con **511 millones clasificados como pasivos corrientes**, lo cual evidencia una estructura de obligaciones concentrada en el corto plazo. Esta composición exige especial atención en contratación estatal, ya que una alta proporción de pasivo corriente puede tensionar liquidez en ejecuciones contractuales intensivas en caja.

El **patrimonio total**, cercano a **501 millones**, muestra que el sector no está descapitalizado; por el contrario, mantiene un colchón patrimonial razonable frente al tamaño del balance. Sin embargo, la **ganancia por actividad**, del orden de **96 millones**, sugiere márgenes agregados relativamente estrechos frente al volumen de activos, lo cual se confirma posteriormente con los indicadores de rentabilidad.

Desde la perspectiva jurídica, el gráfico de **tipo societario** muestra una **altísima concentración en sociedades por acciones simplificadas o equivalentes**, con un peso del **76,47 %**, seguido a gran distancia por sociedades anónimas con alrededor del **8,82 %**. El resto de figuras societarias tiene una participación marginal. Para contratación estatal esto tiene dos implicaciones claras: por un lado, evidencia un mercado atomizado y flexible, típicamente compuesto por pymes o empresas de base tecnológica; por otro, obliga a reforzar análisis de capacidad financiera y continuidad operativa, ya que estas estructuras suelen ser más sensibles a flujos de caja contractuales.

En cuanto al **punto de entrada**, se aprecia que la mayor proporción corresponde a **pymes individuales**, con cerca del **58,82 %**, seguidas por **pymes separadas** con **23,53 %**, mientras que las empresas plenas, en sus distintas modalidades, representan un porcentaje menor. Esto confirma que el sector está dominado por unidades empresariales de menor escala, lo cual es coherente con servicios de información digital, analítica y contenidos. Para la entidad contratante, este dato es clave al momento de definir **requisitos habilitantes**, pues umbrales financieros demasiado altos podrían restringir artificialmente la pluralidad.

Territorialmente, la gráfica de **empresas por departamento** muestra una fuerte **concentración en Bogotá D.C.**, con **12 empresas**, seguida por **Antioquia (9)** y **Valle del Cauca (6)**. Los demás departamentos tienen participaciones muy bajas. Este patrón confirma que se trata de un sector altamente centralizado en los principales polos económicos y tecnológicos del país. En contratación estatal, esto reduce riesgos de dispersión, pero también puede limitar competencia territorial si los procesos no están estructurados para permitir participación remota o totalmente digital.

Finalmente, los **indicadores financieros** del costado derecho son probablemente el insumo más crítico para la evaluación del riesgo contractual. El **nivel de endeudamiento del 47,58 %** muestra una estructura relativamente equilibrada, sin sobreapalancamiento, lo cual es positivo para la sostenibilidad. El **índice de liquidez de 1,87** indica capacidad razonable para atender obligaciones de corto plazo, aunque sin holguras amplias; no es un sector holgado en caja. La **cobertura de intereses de 2,17** sugiere que la utilidad operativa cubre los costos financieros, pero con margen limitado, lo que refuerza la necesidad de pagos oportunos en contratos estatales.

En términos de desempeño, la **rentabilidad del patrimonio de 4,25 %** y la **rentabilidad del activo de 1,76 %** confirman que se trata de un sector de **baja rentabilidad relativa**, típico de actividades basadas en servicios recurrentes, suscripciones y escalamiento gradual. No es un sector de altos márgenes, sino de volumen y continuidad.

En conjunto, la gráfica describe un **mercado financieramente estable pero sensible**, compuesto mayoritariamente por pymes, con buena liquidez relativa, endeudamiento controlado y rentabilidades moderadas. Para la contratación estatal, esto justifica esquemas contractuales con **pagos oportunos, requisitos habilitantes proporcionales y énfasis en capacidad técnica más que en músculo financiero**, minimizando riesgos de ejecución y fortaleciendo la pluralidad de oferentes sin comprometer la sostenibilidad del contrato.

**2. Metricool**

**Actividad**: Plataforma digital para analítica, programación y monitoreo de canales digitales.

**CIIU más adecuado**

**Sección J – Información y comunicaciones**

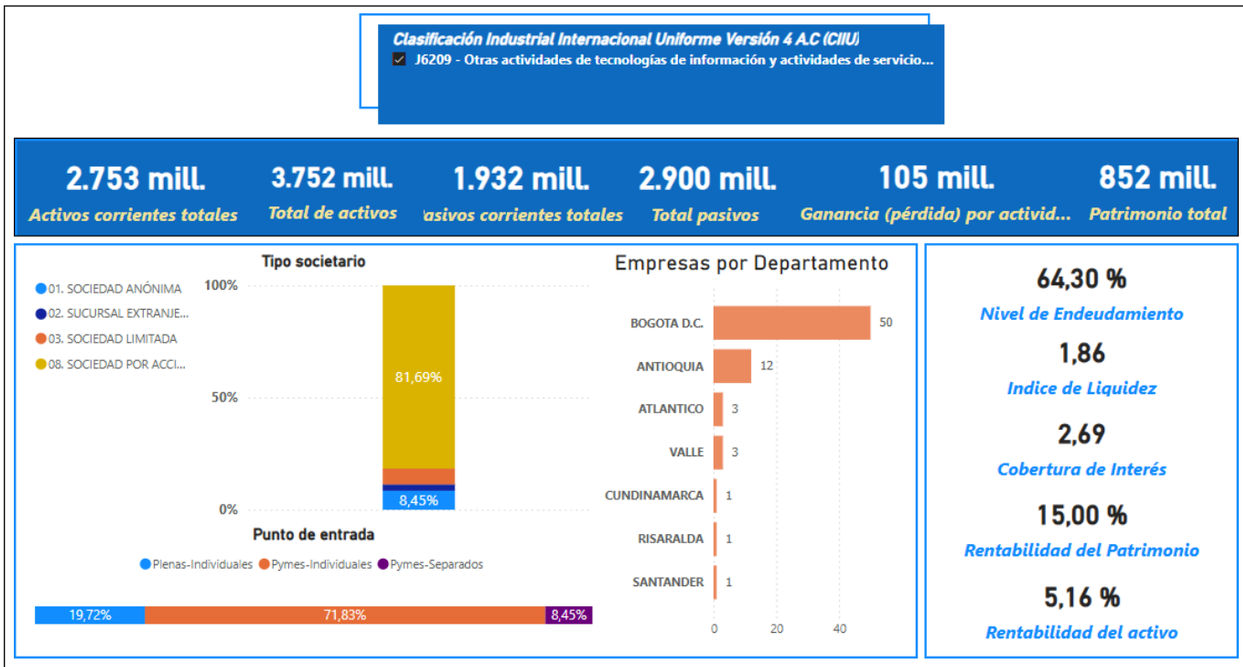
**División 62 – Desarrollo de sistemas informáticos, consultoría informática y actividades relacionadas**

**Clase 6209 – Otras actividades de tecnologías de la información y actividades de servicios informáticos**

**Justificación técnica**

Metricool es una **herramienta informática especializada**, basada en software, que procesa datos, integra APIs de redes sociales y genera analítica. No se trata de publicidad, estudios de mercado ni estrategia, sino de **servicio tecnológico de apoyo a la gestión digital**.

La CIIU ubica este tipo de plataformas dentro de actividades TIC de soporte, especialmente cuando el software se ofrece como servicio (SaaS), sin desarrollo a la medida.




Fuente: cálculos propios a partir de la información SIIS – SuperSociedades.

Desde una óptica financiera y de contratación estatal, la gráfica correspondiente al **CIIU 6209 – Otras actividades de tecnologías de la información y actividades de servicios informáticos** describe un **sector de mayor escala económica, mayor concentración empresarial y un perfil de riesgo distinto** frente al observado en servicios de información general, lo que tiene implicaciones directas en la estructuración de procesos contractuales.

En el plano patrimonial y de magnitud financiera, el sector exhibe un **volumen agregado significativamente superior**. Los activos totales alcanzan aproximadamente **3.752 millones**, de los cuales **2.753 millones son activos corrientes**, lo que indica una estructura altamente líquida en términos relativos y una fuerte dependencia de recursos de corto plazo, coherente con actividades intensivas en capital humano, software y licenciamiento, más que en infraestructura física. En el pasivo, el total asciende a **2.900 millones**, con **1.932 millones clasificados como pasivos corrientes**, lo que evidencia una presión relevante sobre el flujo operativo, pero dentro de un esquema compatible con contratos recurrentes y facturación periódica. El **patrimonio total de 852 millones** confirma que, pese al apalancamiento, no se trata de un sector descapitalizado, sino de uno que utiliza deuda como mecanismo de expansión y operación.

En términos de resultados, la **ganancia por actividad de 105 millones**, aunque superior en términos absolutos a la del CIIU 6399, resulta moderada frente al tamaño del balance. Esto anticipa que la rentabilidad no proviene de márgenes elevados, sino de volumen, escalabilidad y recurrencia contractual, una característica típica de los servicios informáticos y plataformas tecnológicas.

Desde el punto de vista jurídico, la composición por **tipo societario** muestra una **concentración aún mayor en sociedades por acciones**, con una participación cercana al **81,69 %**, mientras que las sociedades anónimas tradicionales representan alrededor del **8,45 %**, y las demás figuras son marginales. Este dato es relevante para la contratación estatal porque revela un mercado dominado por estructuras societarias flexibles, pero generalmente más grandes y profesionalizadas que las del CIIU 6399, con mejores capacidades de absorción de riesgos contractuales.

El análisis del **punto de entrada** refuerza esta lectura. Las **pymes individuales** concentran aproximadamente el **71,83 %**, seguidas por empresas plenas individuales con **19,72 %** y pymes separadas con **8,45 %**. A diferencia del sector de servicios de información general, aquí se observa un mayor peso de empresas con estructuras formales más robustas, lo cual mejora la capacidad de ejecución técnica, pero también puede elevar barreras de entrada si los requisitos habilitantes no se calibran adecuadamente.

Territorialmente, la gráfica de **empresas por departamento** evidencia una **altísima concentración en Bogotá D.C.**, con **50 empresas**, seguida a considerable distancia por **Antioquia (12)**. El resto de departamentos tiene una presencia prácticamente residual. Este patrón confirma que el sector de tecnologías de la información está **fuertemente centralizado en el principal polo económico y tecnológico del país**, lo que, en contratación estatal, reduce riesgos logísticos y de capacidad técnica, pero puede restringir la diversidad territorial de oferentes si no se promueven esquemas de participación remota o consorcios.

Los **indicadores financieros** del costado derecho de la gráfica son particularmente reveladores. El **nivel de endeudamiento del 64,30 %** muestra un sector claramente más apalancado que el CIIU 6399, lo cual es típico de empresas tecnológicas que financian crecimiento, desarrollo y expansión con deuda. No obstante, este mayor endeudamiento está acompañado de un **índice de liquidez de 1,86**, muy cercano al observado en el otro sector, indicando que, pese al apalancamiento, la capacidad de atender obligaciones de corto plazo se mantiene razonablemente controlada. La **cobertura de intereses de 2,69** es superior, lo que sugiere una mayor holgura operativa para atender costos financieros, reduciendo el riesgo de incumplimiento por presión de deuda.

En términos de desempeño, la **rentabilidad del patrimonio del 15,00 %** marca una diferencia sustancial frente a sectores de servicios de información general y confirma que este segmento tecnológico **sí genera retornos atractivos para los socios**, mientras que la **rentabilidad del activo del 5,16 %** evidencia un uso más eficiente de los recursos frente a otros servicios intensivos en conocimiento. Esto convierte al sector en financieramente más atractivo y, al mismo tiempo, más exigente en términos de flujo de caja y cumplimiento contractual.

En conjunto, la gráfica describe un **sector tecnológicamente maduro, concentrado, apalancado y con buena rentabilidad**, pero dependiente de contratos continuos y pagos oportunos. Para la contratación estatal, este perfil justifica procesos con **mayor exigencia en capacidad técnica y experiencia**, márgenes de precios ajustados a economías de escala, y especial cuidado en los esquemas de pago y gestión de riesgos financieros. A diferencia de sectores más pequeños o informativos, aquí el riesgo no está tanto en la solvencia de corto plazo, sino en la **adecuación de los flujos contractuales al modelo financiero de empresas intensivas en deuda y crecimiento**, un aspecto crítico para asegurar ejecuciones estables y sin interrupciones.

**3. Suscripciones a medios de prensa nacionales en formato digital**

**Actividad**: Acceso institucional a contenidos periodísticos digitales para análisis y contexto.

**CIIU más adecuado**

**Sección J – Información y comunicaciones**

**División 58 – Actividades de edición**

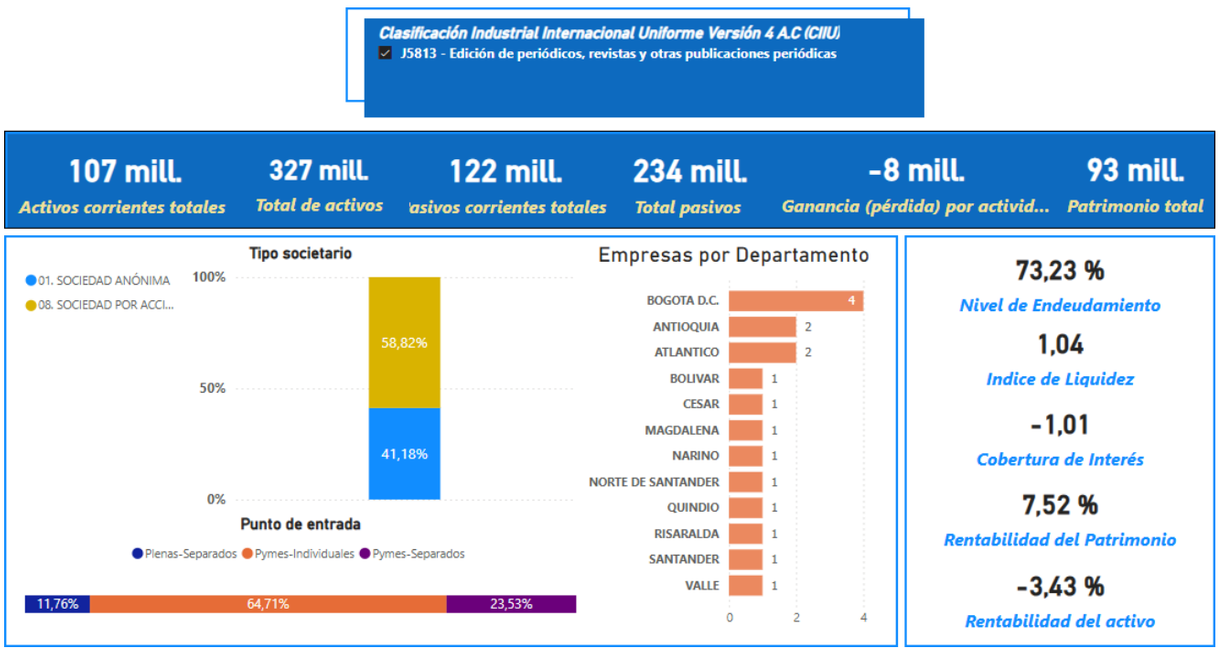
**Clase 5813 – Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas**

**Justificación técnica**

Aunque la DIMAR no produce prensa, **el objeto económico del servicio contratado es contenido editorial periodístico**, cuya actividad característica, según la CIIU, es la edición de publicaciones periódicas. El formato digital no cambia la naturaleza económica de la actividad.

Desde el enfoque de clasificación, prima la **actividad del proveedor** (edición periodística), no el uso interno que hace la entidad.

Envato Elements se clasifica como **servicio de información digital**, Metricool como **servicio informático especializado**, y las suscripciones a prensa como **actividad editorial periódica**. Los tres caen correctamente dentro de la **Sección J – Información y Comunicaciones**, pero en **divisiones distintas según su naturaleza técnica**, lo cual refuerza la coherencia del análisis económico y evita clasificaciones forzadas o genéricas (como publicidad o administración pública).




Fuente: cálculos propios a partir de la información SIIS – SuperSociedades.

Desde la óptica del **análisis financiero aplicado a la contratación estatal**, la gráfica correspondiente al **CIIU 5813 – Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas** revela un **sector estructuralmente frágil, con señales claras de deterioro económico**, lo cual exige un tratamiento contractual particularmente cuidadoso por parte de la entidad pública.

En primer lugar, al observar la **magnitud financiera agregada**, se evidencia un sector de **escala reducida** en comparación con los servicios de información y las actividades de tecnologías de la información. El **total de activos** asciende apenas a **327 millones**, de los cuales **107 millones son activos corrientes**, lo que indica una base operativa limitada y una capacidad restringida para absorber choques de liquidez. El lado del pasivo muestra **234 millones de pasivos totales**, con **122 millones clasificados como pasivos corrientes**, lo que implica que una parte significativa de las obligaciones debe atenderse en el corto plazo, presionando de manera directa el flujo de caja.

El **patrimonio total**, de **93 millones**, confirma que se trata de un sector con **bajo respaldo patrimonial**, sin holguras significativas para asumir riesgos operativos prolongados. Este diagnóstico se agrava al observar la **ganancia (pérdida) por actividad**, que es **negativa en –8 millones**, evidenciando que el sector, en términos agregados, **opera con pérdidas**. Este solo dato es una alerta estructural desde el punto de vista contractual, ya que indica una actividad económicamente presionada por cambios en el mercado, migración al entorno digital y disminución de ingresos tradicionales.

Desde la perspectiva jurídica, el gráfico de **tipo societario** muestra una distribución más equilibrada que en otros CIIU analizados, con una participación aproximada de **58,82 % de sociedades por acciones** y **41,18 % de sociedades anónimas**. Esto sugiere que, aunque el sector es pequeño y financieramente débil, conserva estructuras societarias relativamente formales y tradicionales, propias de empresas periodísticas históricas. No obstante, esta formalidad jurídica no se traduce en solidez financiera.

El análisis del **punto de entrada** refuerza esta lectura. Predominan las **pymes individuales**, con alrededor del **64,71 %**, seguidas por **pymes separadas** con **23,53 %** y una menor participación de empresas plenas separadas (**11,76 %**). Esta composición indica que buena parte del sector opera en escalas pequeñas o medianas, con limitadas economías de escala y alta dependencia del flujo periódico de ingresos, lo que incrementa el riesgo de iliquidez en contratos estatales con pagos diferidos.

En el plano territorial, la gráfica de **empresas por departamento** evidencia un sector **altamente disperso y con muy baja densidad empresarial**. Bogotá D.C. concentra solo **4 empresas**, seguida de Antioquia y Atlántico con **2 empresas cada uno**, mientras que el resto de departamentos registra apenas **una empresa por territorio**. Esta dispersión, combinada con el bajo número total de actores, reduce significativamente la competencia efectiva y puede generar riesgos de dependencia contractual de pocos proveedores.

Los **indicadores financieros** del costado derecho de la imagen confirman de manera contundente la situación crítica del sector. El **nivel de endeudamiento del 73,23 %** es elevado para un sector de baja rentabilidad y activos reducidos, lo que indica una **alta dependencia de terceros** para financiar la operación. El **índice de liquidez de 1,04** refleja una situación prácticamente de equilibrio, sin margen real para atender imprevistos; cualquier retraso en pagos puede traducirse en incumplimientos. Más preocupante aún es la **cobertura de intereses negativa (–1,01)**, que señala que el resultado operativo **no alcanza siquiera para cubrir los gastos financieros**, una señal clara de estrés financiero.

En términos de rentabilidad, aunque la **rentabilidad del patrimonio aparece en 7,52 %**, este indicador debe leerse con cautela, ya que está distorsionado por un patrimonio pequeño y resultados agregados negativos. La **rentabilidad del activo de –3,43 %** confirma que los recursos del sector **están generando pérdida de valor**, no retorno.

En conjunto, la gráfica describe un **sector editorial tradicional en franca dificultad económica**, con bajo tamaño, endeudamiento alto, liquidez mínima y pérdidas operativas. Para la contratación estatal, este perfil implica **riesgos elevados de ejecución**, especialmente en contratos de mediano y largo plazo, esquemas de pago contra producto o con plazos extendidos.

Desde el rol de asesor financiero, este CIIU exige, como mínimo, **requisitos habilitantes financieros diferenciados, garantías reforzadas, cláusulas de pago oportuno y contratos de corta duración**. Asimismo, es un sector donde la contratación pública debe priorizar la **estabilidad institucional y la continuidad del servicio**, evitando trasladar riesgos financieros a proveedores que, estructuralmente, no tienen capacidad para absorberlos. En síntesis, más que un sector con problemas coyunturales, la gráfica evidencia un **riesgo estructural** que debe ser explícitamente reconocido y gestionado en cualquier proceso de contratación estatal.

**CONTEXTO TECNICO**

**Envato Elements — Desarrollo técnico ampliado**

**Naturaleza técnica del servicio.** Envato Elements es una plataforma digital que opera como repositorio técnico de insumos creativos estandarizados. Su lógica no es la de un proveedor de diseño ni de una fábrica de contenidos, sino la de un sistema de aprovisionamiento permanente de activos digitales reutilizables. Desde el punto de vista técnico, actúa como una capa de suministro que alimenta los procesos de producción comunicacional, reduciendo la necesidad de crear cada pieza desde cero y asegurando niveles homogéneos de calidad visual y técnica.

Envato Elements habilita a los equipos institucionales a seleccionar, descargar y adaptar recursos gráficos y audiovisuales según necesidades específicas de comunicación. Técnicamente, desacopla la fase creativa base (diseño inicial, composición visual, formatos) de la fase de contextualización institucional, permitiendo que los equipos se concentren en el mensaje, el contenido y la coherencia institucional, y no en la construcción técnica inicial del recurso.

**Funcionalidad técnica detallada**

- Centraliza en una sola plataforma múltiples tipos de activos digitales, evitando la dispersión técnica de fuentes.
- Permite reutilización sistemática de recursos, lo que reduce retrabajos técnicos.
- Ofrece formatos compatibles con herramientas estándar de diseño gráfico, edición de video y publicación digital.
- Mantiene un flujo constante de actualización de recursos, lo que impide la obsolescencia visual.
- Simplifica el control técnico sobre licencias de uso en productos comunicacionales publicados.

**Tipología de recursos y su utilidad técnica**

- **Plantillas gráficas**: Estructuras prediseñadas que facilitan maquetación rápida de informes, presentaciones institucionales y piezas digitales, asegurando jerarquía visual y legibilidad.
- **Imágenes de archivo**: Recursos visuales técnicamente optimizados para web y medios digitales, usados como soporte narrativo o contextual.
- **Videos y animaciones**: Piezas base para comunicación audiovisual, ideales para campañas informativas, rendición de cuentas o divulgación institucional.
- **Tipografías y elementos visuales**: Insumos que permiten uniformidad técnica en la identidad gráfica aplicada a productos digitales.

Sirve como herramienta de soporte técnico continuo para la producción comunicacional. Permite que las entidades sostengan una presencia digital constante sin sacrificar calidad técnica ni sobrecargar sus capacidades internas. Técnicamente, reduce cuellos de botella en los procesos de diseño y publicación, especialmente en contextos de alta demanda informativa o comunicación reactiva.

**Aportes técnicos concretos a la gestión pública**

- Incrementa la capacidad técnica instalada del equipo de comunicaciones sin aumentar infraestructura.
- Reduce los ciclos de producción de piezas digitales.
- Mejora la consistencia técnica entre distintos productos comunicacionales.
- Permite escalar la producción de contenido sin deteriorar estándares visuales.
- Facilita la alineación técnica entre comunicación institucional y canales digitales.

**Ventajas técnicas ampliadas**

- Disponibilidad inmediata y permanente de insumos técnicos.
- Variedad suficiente para cubrir múltiples formatos y canales.
- Estandarización de calidad visual y técnica.
- Bajo umbral de aprendizaje para el uso operativo.
- Compatibilidad con flujos de trabajo ya existentes en la entidad.

**Desventajas técnicas relevantes**

- Los recursos no están diseñados específicamente para una entidad, por lo que requieren adaptación.
- Puede generar dependencia operativa si no se complementa con lineamientos propios.
- Riesgo de que diferentes áreas usen estilos disímiles si no hay control técnico.
- No aporta criterio estratégico ni contenido, solo insumos técnicos.

**Limitaciones estructurales del servicio**

- No reemplaza el diseño institucional propio ni la construcción de identidad gráfica.
- No integra medición de impacto ni gestión de canales.
- No ofrece personalización técnica avanzada.
- Su utilidad está condicionada a la existencia de capacidad interna mínima de diseño.

**Impacto técnico esperado en la entidad**

- Mejora en tiempos de respuesta comunicacional.
- Mayor producción de contenido con el mismo equipo humano.
- Reducción de errores técnicos en formatos y calidades.
- Profesionalización técnica de los productos comunicacionales digitales.

**Apunta técnicamente a** Optimizar la producción y adaptación de contenidos digitales institucionales, fortaleciendo la capacidad técnica operativa de las entidades estatales para comunicar de manera constante, coherente y técnicamente sólida en entornos digitales.

**Metricool — Desarrollo técnico ampliado**

**Naturaleza técnica del servicio.** Metricool es una plataforma digital especializada en la gestión operativa y el análisis técnico de la comunicación digital. Funciona como un sistema integrado que centraliza la administración de múltiples canales digitales y traduce la actividad comunicacional en datos medibles. Técnicamente, actúa como una capa de control y observabilidad sobre redes sociales, sitios web y campañas digitales, sin intervenir en la creación del contenido.

Metricool recopila, organiza y analiza información generada por la actividad digital institucional. Permite programar publicaciones, monitorear su desempeño, identificar patrones de comportamiento de las audiencias y evaluar la efectividad de las acciones comunicacionales. En la práctica, convierte la comunicación digital en un proceso técnico medible y verificable.

**Funcionalidad técnica detallada**

- Centraliza la gestión de múltiples redes sociales desde un solo entorno.
- Permite la programación anticipada de contenidos según fechas, horas y canales.
- Recopila datos de desempeño en tiempo real y en series históricas.
- Genera indicadores técnicos sobre alcance, interacción, crecimiento y visibilidad.
- Produce reportes técnicos exportables para seguimiento y control institucional.

**Componentes funcionales relevantes**

- **Programación de contenidos**: Organización técnica de publicaciones para asegurar continuidad comunicacional y reducción de tareas manuales.
- **Analítica digital**: Medición precisa del impacto de cada contenido publicado.
- **Monitoreo de audiencias**: Seguimiento del comportamiento y evolución de los usuarios en canales digitales.
- **Comparación temporal**: Evaluación del desempeño antes y después de campañas o acciones específicas.

Sirve como herramienta de control técnico de la comunicación pública digital. Permite a las entidades estatales pasar de una gestión intuitiva de redes sociales a una gestión basada en información verificable, con capacidad de seguimiento, evaluación y ajuste continuo de la estrategia comunicacional.

**Aportes técnicos concretos a la gestión pública**

- Provee evidencia técnica sobre el desempeño de la comunicación institucional.
- Permite identificar qué contenidos funcionan y cuáles no.
- Facilita la toma de decisiones basada en datos objetivos.
- Apoya procesos de rendición de cuentas sobre acciones comunicacionales.
- Fortalece la trazabilidad de la gestión digital institucional.

**Ventajas técnicas ampliadas**

- Integración de múltiples canales en un solo entorno operativo.
- Visualización clara y estructurada de indicadores comunicacionales.
- Reducción de la carga operativa manual en la gestión de redes.
- Soporte técnico para planificación y evaluación comunicacional.
- Escalabilidad para equipos pequeños o medianos de comunicaciones.

**Desventajas técnicas relevantes**

- Dependencia de la calidad de los datos suministrados por plataformas externas.
- Curva de aprendizaje inicial para interpretación correcta de métricas.
- Riesgo de sobreenfoque en indicadores cuantitativos sin análisis cualitativo.
- No genera contenido ni define mensajes institucionales.

**Limitaciones estructurales del servicio**

- No sustituye la estrategia de comunicación ni el criterio institucional.
- No produce piezas gráficas ni audiovisuales.
- Su valor depende de la capacidad interna para interpretar y usar la información.
- No incide directamente en la percepción si no se acompaña de acciones correctivas.

**Impacto técnico esperado en la entidad**

- Mayor control sobre la ejecución de la comunicación digital.
- Capacidad de evaluación permanente del impacto institucional en medios digitales.
- Mejora progresiva en la efectividad de los contenidos publicados.
- Reducción de decisiones comunicacionales basadas únicamente en percepción.

**Apunta técnicamente a**

Convertir la comunicación digital institucional en un proceso medible, controlable y verificable, fortaleciendo la capacidad técnica de las entidades estatales para gestionar, evaluar y optimizar su presencia en entornos digitales con base en datos objetivos.

Metricool ofrece indicadores técnicos orientados a medir el desempeño, alcance y eficiencia de la comunicación digital. Los principales indicadores clave que entrega la herramienta son los siguientes:

**Indicadores de alcance y visibilidad**

- Alcance total y alcance por publicación.
- Impresiones totales y por periodo.
- Visualizaciones de contenido (según plataforma).
- Distribución del alcance orgánico y, cuando aplica, pagado.

**Indicadores de interacción (engagement)**

- Me gusta, comentarios, compartidos y clics.
- Interacciones totales por publicación y por periodo.
- Tasa de interacción o engagement rate en relación con el alcance o la comunidad.
- Tipo de interacción predominante por contenido.

**Indicadores de crecimiento de la audiencia**

- Número total de seguidores o suscriptores.
- Crecimiento neto de seguidores por periodo.
- Evolución histórica de la comunidad.
- Tasa de crecimiento de audiencia.

**Indicadores de rendimiento del contenido**

- Publicaciones con mayor y menor desempeño.
- Comparación de rendimiento por tipo de formato (imagen, video, enlace, texto).
- Rendimiento por franja horaria y día de publicación.
- Vida útil del contenido en términos de interacción.

**Indicadores de tráfico digital (cuando se integra con sitios web)**

- Visitas generadas desde redes sociales.
- Páginas vistas por usuario.
- Duración media de la sesión.
- Tasa de rebote.

**Indicadores de planificación y ejecución**

- Número de publicaciones programadas vs. ejecutadas.

- Frecuencia de publicación por canal.
- Consistencia del calendario de contenidos.

**Indicadores comparativos**

- Comparación de desempeño entre periodos.
- Benchmark básico frente a cuentas similares (cuando la funcionalidad está habilitada).
- Evolución del rendimiento antes y después de campañas específicas.

En conjunto, estos indicadores permiten a una entidad estatal medir no solo el nivel de actividad digital, sino principalmente el impacto real de sus contenidos, el crecimiento de su audiencia y la eficiencia técnica de su estrategia de comunicación en canales digitales.

**¿Cómo se mide la tasa de rebote?**

La tasa de rebote mide el **porcentaje de usuarios que ingresan a un sitio web y se retiran sin realizar ninguna interacción adicional**. En términos técnicos, se considera "rebote" cuando la sesión termina tras visualizar una sola página y sin generar eventos relevantes.

**Fórmula técnica básica**

Tasa de rebote = (Sesiones de una sola página / Total de sesiones) × 100

**Qué está midiendo realmente**

- La capacidad del contenido para retener al usuario.
- La coherencia entre el mensaje que atrae la visita (red social o enlace) y el contenido del sitio.
- La calidad de la navegación, carga y relevancia del contenido inicial.

**Interpretación técnica**

- Una tasa de rebote alta no siempre es negativa: puede indicar consumo rápido de información puntual (ej. comunicados oficiales).
- Es problemática cuando el objetivo de la campaña es profundizar, redirigir o generar acciones posteriores.
- Debe analizarse siempre junto con duración de la sesión y objetivo del contenido.

**Uso en campañas institucionales** Sirve para evaluar si el tráfico generado por publicaciones o campañas dirige al usuario a contenidos relevantes y bien estructurados, o si existe desconexión entre lo que se comunica y lo que se ofrece en el sitio oficial.

En campañas de entidades estatales, las métricas más útiles no son necesariamente las más vistosas, sino las que permiten **evaluar impacto, eficiencia y pertinencia del mensaje público**.

**Métricas prioritarias**

- **Alcance**: indica cuántas personas estuvieron potencialmente expuestas al mensaje.
- **Impresiones**: mide la frecuencia de exposición del contenido.
- **Interacciones**: permiten evaluar reacción real frente al mensaje.
- **Clics y tráfico generado**: conectan la comunicación con acciones concretas.
- **Crecimiento de audiencia**: útil para campañas sostenidas o pedagógicas.
- **Rendimiento por formato**: identifica qué tipo de contenido comunica mejor.

**En campañas institucionales**

- El alcance valida cobertura informativa.
- Las interacciones evalúan comprensión e interés ciudadano.
- El tráfico confirma utilidad del contenido publicado.
- La comparación temporal permite justificar decisiones y ajustes.

**Advertencia técnica.** Una campaña puede ser exitosa con bajo engagement si su objetivo es informativo y no participativo. El error frecuente es medir campañas públicas con métricas propias del marketing comercial.

**¿Cómo se interpreta la tasa de interacción?** La tasa de interacción, o engagement rate, mide la **proporción de usuarios que reaccionan al contenido frente al total de usuarios alcanzados**.

**Fórmula típica** Tasa de interacción = (Interacciones / Alcance) × 100

**Qué refleja técnicamente**

- Nivel de interés generado por el contenido.
- Capacidad del mensaje para generar reacción visible.
- Adecuación del formato, lenguaje y canal utilizado.

**Interpretación correcta en el sector público**

- Una tasa alta indica contenido que despierta atención o participación.
- Una tasa baja no implica fracaso si el objetivo es informar, no interactuar.
- Comparar tasas entre campañas similares es más relevante que observar valores aislados.

**Riesgos de mala interpretación**

- Sobrestimar likes y comentarios frente a objetivos misionales.
- Confundir viralidad con efectividad institucional.
- Ajustar mensajes públicos solo para maximizar interacción y no claridad.

**Valor técnico real** La tasa de interacción es un indicador de **calidad comunicacional**, no de cumplimiento institucional. Debe leerse siempre en conjunto con alcance, contexto del mensaje y objetivo de la campaña.

A continuación, el análisis **técnico aplicado a gestión de campañas institucionales**, con enfoque operativo y lectura correcta de métricas, sin sesgo comercial.

**¿Cómo se mejora la tasa de rebote?**

La tasa de rebote no se "corrige" desde la herramienta de medición; se **gestiona desde el diseño técnico del contenido y su coherencia**.

**Acciones técnicas directas**

- **Coherencia mensaje–destino**: el contenido que genera el clic debe corresponder exactamente con lo que el usuario encuentra en la página. El mayor generador de rebote es la ruptura entre expectativa y contenido.
- **Optimización de la página de aterrizaje**: contenido claro, jerarquizado, de carga rápida y legible en dispositivos móviles.
- **Enfoque informativo inmediato**: en comunicación pública, el usuario debe encontrar la información clave sin navegar en exceso.
- **Vinculación interna**: enlaces visibles a contenido relacionado que inviten a una segunda acción de lectura.
- **Segmentación adecuada del tráfico**: dirigir campañas a audiencias pertinentes reduce visitas irrelevantes que rebotan rápidamente.

**Lectura técnica clave**

- Una tasa de rebote alta **no es un error automático**.
- Es un problema solo si el objetivo era profundización, descarga, navegación o acción posterior.
- Para contenidos informativos puntuales (comunicados, boletines), un rebote alto puede ser funcional.

**¿Qué formato genera más interacción?**

No existe un formato universalmente superior; el desempeño depende del **canal, el objetivo y el tipo de mensaje institucional**. Aun así, técnicamente se observan patrones recurrentes.

**Patrones técnicos generales**

- **Video corto**: suele generar mayor interacción inicial por economía cognitiva y consumo rápido.
- **Imagen con texto claro**: alto rendimiento en mensajes informativos o pedagógicos.
- **Carruseles**: mejor desempeño cuando el mensaje requiere secuencia o explicación progresiva.
- **Enlaces externos**: menor interacción dentro de la red, pero mayor valor cuando el objetivo es tráfico o profundización.
- **Texto puro**: bajo engagement, pero útil para mensajes urgentes o aclaratorios.

**Criterio institucional**

- El formato más interactivo **no siempre es el más eficaz**.
- Para entidades estatales, claridad, acceso a información y neutralidad pesan más que la reacción emocional.
- El formato debe responder a la función pública del mensaje, no a maximizar métricas.

**¿Cómo interpretar métricas por canal?**

Cada canal digital tiene **dinámicas propias**, por lo que comparar métricas entre canales sin ajuste técnico conduce a conclusiones erróneas.

**Interpretación técnica por lógica de canal**

- **Redes de consumo rápido**: mayor alcance, menor profundidad; se prioriza visibilidad y repetición.
- **Canales informativos**: menos interacción visible, pero mayor valor en clics, tiempo de lectura o acciones posteriores.
- **Sitio web institucional**: métricas clave son navegación, duración de sesión y objetivos cumplidos, no likes.
- **Canales visuales**: interacción rápida y superficial, útil para posicionamiento de mensajes clave.

**Principios técnicos de interpretación**

- Las métricas **se comparan dentro del mismo canal**, no entre canales.
- Importa más la **tendencia** que el valor puntual.
- Cada métrica debe leerse según el **objetivo del mensaje**.
- Bajo engagement no implica bajo impacto institucional.

**Lectura integrada para toma de decisiones públicas**

- **Tasa de rebote**: mide coherencia y estructura del contenido, no interés ciudadano.
- **Formato de contenido**: se elige por función comunicacional, no por moda digital.
- **Métricas por canal**: se interpretan según su naturaleza y rol institucional.

El uso técnico correcto de estas métricas permite a la entidad **justificar decisiones**, optimizar recursos públicos y profesionalizar la comunicación digital sin desviar el foco misional hacia métricas de vanidad.

**¿Cómo segmentar mejor el tráfico?**

La segmentación del tráfico consiste en **dirigir cada mensaje al público correcto y al canal adecuado**, reduciendo visitas irrelevantes que generan rebote y distorsionan métricas.

**Segmentación por objetivo del contenido**

Antes de publicar o pautar cualquier contenido, debe definirse con claridad su finalidad técnica:

- Informar (comunicados, avisos, actos administrativos).
- Orientar (guías, instructivos, pasos a seguir).
- Convocar (eventos, participación ciudadana).
- Posicionar (imagen institucional, pedagogía).

Cada objetivo implica un tipo distinto de usuario y, por tanto, un tipo distinto de tráfico esperado.

**Segmentación por canal de origen**

- Redes sociales abiertas generan tráfico amplio, heterogéneo y de bajo umbral de atención.
- Canales institucionales dirigen tráfico más especializado y con mayor intención informativa.
- Enlaces directos o campañas dirigidas atraen usuarios con expectativas más precisas.

No todo contenido debe difundirse en todos los canales; hacerlo incrementa visitas no pertinentes.

**Segmentación por tipo de audiencia**

La comunicación institucional suele fallar cuando se asume una audiencia genérica. Técnicamente, se puede segmentar por:

- Ciudadanía general.
- Grupos de interés específicos.
- Funcionarios o actores institucionales.
- Usuarios recurrentes vs. ocasionales.

Mientras más claro sea el público objetivo, menor será el rebote.

**Segmentación por mensaje y lenguaje**

- Un lenguaje técnico atrae usuarios especializados.
- Un lenguaje generalista amplia el tráfico, pero incrementa el riesgo de rebote.
- Títulos y descripciones deben comunicar exactamente qué encontrará el usuario.

**Segmentación por destino**

Cada contenido debe dirigir a una **página específica y coherente**, no a páginas genéricas o de inicio. Una mala elección del destino es uno de los principales generadores de rebote institucional.

**¿Qué errores comunes afectan la tasa de rebote?**

La tasa de rebote suele verse afectada por errores de diseño y gestión del contenido, no por la herramienta de medición.

**Errores en el mensaje**

- Títulos llamativos que no corresponden al contenido real.
- Uso de lenguaje ambiguo o excesivamente promocional.
- Mensajes genéricos para públicos heterogéneos.

**Errores en el destino del tráfico**

- Enviar tráfico a páginas demasiado extensas o desordenadas.
- Redireccionar a la página principal en lugar de a contenido específico.
- Páginas que no priorizan la información clave en el primer pantallazo.

**Errores técnicos del sitio**

- Tiempos de carga elevados.
- Diseño no optimizado para dispositivos móviles.
- Problemas de legibilidad o navegación básica.

**Errores de alineación comunicacional**

- Campañas informativas que dirigen a contenidos administrativos complejos.
- Publicaciones en redes que prometen acciones que el sitio no permite realizar.
- Falta de continuidad lógica entre publicación, clic y contenido final.

**Errores de interpretación**

- Asumir que toda tasa de rebote alta es negativa.
- Ajustar contenidos solo para reducir rebote y no para informar correctamente.
- Ignorar el objetivo del contenido al evaluar la métrica.

**Lectura técnica integrada**

- **Segregar el tráfico** mejora la calidad de las visitas, no solo reduce métricas.
- **La tasa de rebote es un síntoma**, no el problema en sí.
- En comunicación pública, el éxito se mide por **claridad, acceso a información y coherencia**, no por permanencia artificial del usuario.

Gestionadas técnicamente, la segmentación adecuada y la corrección de estos errores permiten que las métricas reflejen de forma más fiel el impacto real de la comunicación institucional y respalden decisiones informadas en el uso de recursos públicos.

**Errores técnicos de desempeño del sitio**

**Tiempos de carga elevados**

Cuando una página tarda en cargar más de lo esperado, el usuario abandona antes de interactuar. Técnicamente, esto se asocia a:

- Imágenes sin optimizar.
- Uso excesivo de scripts o librerías.
- Servidores con bajo rendimiento.
- Caché mal configurada.

En contextos institucionales, este es uno de los factores con mayor impacto negativo en la tasa de rebote.

**Falta de optimización para dispositivos móviles**

Un sitio que no se adapta correctamente a pantallas móviles genera:

- Lectura incómoda.
- Botones inaccesibles.
- Navegación defectuosa.

Dado que una proporción significativa del tráfico institucional proviene de móviles, este error técnico eleva el rebote incluso si el contenido es relevante.

**Errores técnicos de navegación y estructura**

**Arquitectura de información deficiente**

Páginas mal estructuradas, con información desordenada o sin jerarquía visual clara, provocan abandono temprano. Técnicamente se manifiesta en:

- Bloques extensos de texto sin encabezados.
- Falta de separación entre secciones.
- Ausencia de orientación visual inicial.

El usuario no encuentra rápidamente lo que busca y abandona.

**Enlaces rotos o redirecciones incorrectas**

Errores técnicos en enlaces internos o externos generan:

- Páginas que no cargan.
- Contenido inexistente.
- Redirecciones inesperadas.

Estos fallos interrumpen la experiencia y generan rebote inmediato.

**Errores técnicos de compatibilidad y seguridad**

**Problemas de compatibilidad con navegadores**

Cuando un sitio no funciona correctamente en ciertos navegadores o versiones, se presentan:

- Elementos que no cargan.
- Formularios que no responden.
- Diseño desalineado.

Este tipo de error técnico suele pasar desapercibido en pruebas internas, pero impacta directamente al usuario final.

**Advertencias de seguridad o certificados inválidos**

Mensajes del navegador relacionados con certificados SSL o advertencias de seguridad generan desconfianza instantánea y abandono inmediato, aun si el contenido es pertinente.

**Errores técnicos de contenido dinámico e interacción**

**Autoplay intrusivo o errores en multimedia**

Videos o audios que se reproducen automáticamente, o elementos interactivos que no funcionan correctamente, afectan la experiencia y elevan el rebote, especialmente en comunicación institucional donde la sobriedad es esperada.

**Formularios defectuosos**

Formularios que no cargan, no envían información o presentan errores de validación sin explicación clara son un disparador frecuente de abandono técnico del sitio.

**Errores técnicos de coherencia entre fuente y destino**

**Inconsistencia técnica entre enlace y página**

Cuando el enlace dirige a:

- Páginas generales en lugar de específicas.

- Contenido distinto al anunciado.
- Secciones administrativas complejas sin contexto.

Aunque el error parece comunicacional, su efecto es técnico: el usuario no genera interacción adicional y rebota.

**Lectura técnica integrada**

- La tasa de rebote se ve afectada principalmente por **fallos técnicos de acceso, carga, navegación y compatibilidad**.
- Muchos rebotes no responden a desinterés del usuario, sino a **barreras técnicas invisibles para la entidad**.
- En sitios públicos, corregir estos errores tiene un impacto inmediato en la calidad del acceso ciudadano a la información.

Desde una perspectiva técnica, mejorar la tasa de rebote implica **eliminar fricciones operativas**, no forzar permanencia artificial del usuario.

**Suscripciones a medios de prensa nacionales en formato digital — Desarrollo técnico ampliado**

**Naturaleza técnica del servicio**

Las suscripciones a medios de prensa nacionales en formato digital constituyen un **servicio de acceso continuo a contenidos periodísticos profesionales**, distribuido a través de plataformas web y aplicaciones digitales. Técnicamente, no es un servicio de comunicación activa ni de producción de contenido, sino un **sistema de provisión de información externa**, estructurada, validada editorialmente y actualizada en tiempo real.

Permite a la entidad acceder de forma permanente y organizada a noticias, reportajes, análisis y columnas de opinión producidas por medios nacionales. En términos técnicos, facilita el consumo sistemático de información relevante sin depender de búsquedas aleatorias, fuentes informales o acceso fragmentado al contenido periodístico.

**Funcionalidad técnica detallada**

- Acceso digital multiplataforma a contenidos periodísticos actualizados.
- Consulta inmediata de noticias de coyuntura nacional y sectorial.
- Acceso a archivo histórico digital para análisis retrospectivo.
- Disponibilidad de contenidos en formatos optimizados para lectura digital.
- Eliminación de restricciones de pago individual por contenido.

**Tipología de contenidos accesibles**

- Noticias de actualidad política, económica, social y administrativa.
- Análisis especializados y contextuales sobre temas de interés público.
- Opinión editorial que refleja tendencias, percepciones y debates nacionales.
- Información sectorial relevante para la gestión pública.

Sirve como **fuente técnica de contexto externo** para la toma de decisiones comunicacionales, estratégicas y administrativas. Permite a las entidades comprender el entorno mediático en el que operan, anticipar escenarios, interpretar reacciones públicas y alinear su comunicación institucional con la agenda informativa vigente.

**Aportes técnicos concretos a la gestión pública**

- Proporciona insumos informativos confiables para análisis institucional.
- Facilita el seguimiento de temas sensibles o de alto impacto público.
- Apoya la identificación temprana de riesgos reputacionales.
- Permite contextualizar mensajes institucionales frente a la narrativa mediática.
- Refuerza la capacidad técnica de lectura del entorno político y social.

**Ventajas técnicas ampliadas**

- Acceso oportuno a información validada editorialmente.
- Reducción del riesgo de desinformación o uso de fuentes no verificadas.
- Disponibilidad inmediata sin intermediación operativa.
- Consulta simultánea por múltiples usuarios institucionales.
- Integración natural con procesos de análisis y planeación comunicacional.

**Desventajas técnicas relevantes**

- Consumo pasivo de información, sin capacidad de interacción o medición directa.
- Dependencia del enfoque editorial del medio.
- Posible saturación informativa si no existe curaduría interna.
- No sustituye análisis técnico ni criterios institucionales propios.

**Limitaciones estructurales del servicio**

- No permite personalización de contenido según necesidades específicas.
- No gestiona comunicación institucional ni percepción pública.
- No genera indicadores cuantitativos de impacto directo.
- Su valor depende de la capacidad interna de análisis y uso de la información.

**Impacto técnico esperado en la entidad**

- Mejora en la comprensión del contexto nacional y sectorial.
- Mayor capacidad de anticipación frente a coyunturas mediáticas.

- Soporte técnico para decisiones de comunicación y posicionamiento institucional.
- Incremento en la calidad del análisis previo a la emisión de mensajes públicos.

**Uso técnico recomendado**

- Áreas de comunicaciones, prensa y relaciones institucionales.
- Equipos directivos que requieran seguimiento permanente del entorno.
- Dependencias con alto riesgo reputacional o exposición mediática.

**Apunta técnicamente a** Fortalecer la capacidad de análisis contextual y lectura del entorno informativo nacional de las entidades estatales, asegurando acceso estructurado, oportuno y confiable a información periodística que soporte decisiones comunicacionales y estratégicas de carácter público.

La suscripción se integra como un **insumo permanente de contexto** dentro de los ciclos de planificación comunicacional, estratégica y reputacional de la entidad. Técnicamente, no opera como un producto final, sino como una fuente estructurada que alimenta decisiones internas.

**Integración en planificación de comunicaciones**

- Insumo para definir líneas de mensaje acordes a la agenda mediática vigente.
- Soporte para anticipar enfoques periodísticos sobre temas sensibles.
- Referente para ajustar el lenguaje institucional según coyuntura nacional.
- Base para calendarizar contenidos propios alineados con debates públicos activos.

**Integración en gestión de riesgos**

- Seguimiento continuo de menciones indirectas o temas conexos a la entidad.
- Identificación temprana de narrativas negativas o controversiales.
- Activación preventiva de respuestas institucionales antes de crisis mediáticas.

**Integración en planeación estratégica**

- Contextualización de decisiones administrativas frente a entorno político y social.
- Lectura técnica del clima de opinión pública.
- Apoyo a escenarios prospectivos que pueden afectar la gestión institucional.

**Clave técnica** La suscripción debe estar integrada a un **proceso interno de revisión periódica**, no al consumo individual desarticulado. Su valor surge cuando la información se sistematiza y se convierte en insumo analítico.

Desde un enfoque técnico, los medios más consultados son aquellos que cumplen simultáneamente con **cobertura nacional, actualización permanente y capacidad de influencia en agenda pública**. No se trata de popularidad comercial, sino de relevancia institucional.

**Tipos de medios con mayor uso institucional**

- Medios de circulación nacional con cobertura política, económica y administrativa.
- Portales digitales con actualización en tiempo real.
- Medios con secciones especializadas en sector público, economía y gobierno.
- Medios con archivo histórico accesible para consulta retrospectiva.

**Criterios técnicos de selección**

- Frecuencia de actualización.
- Credibilidad editorial y trayectoria.
- Capacidad de marcar agenda o replicación en otros medios.
- Accesibilidad digital y estructura de consulta.

**Advertencia técnica** No es recomendable concentrar la suscripción en un solo medio. La lectura técnica exige **diversidad editorial mínima** para evitar sesgos y enriquecer el análisis del entorno.

El impacto no se mide en términos de interacción directa, sino en **valor informacional para la toma de decisiones**. Técnicamente, se evalúa por su utilidad operativa y estratégica.

**Indicadores técnicos cualitativos**

- Número de decisiones comunicacionales soportadas por análisis de prensa.
- Cantidad de alertas tempranas generadas a partir de lectura mediática.
- Mejora en la oportunidad y pertinencia de los comunicados institucionales.
- Capacidad de anticipación frente a coyunturas críticas.

**Indicadores técnicos operativos**

- Frecuencia de uso de la suscripción por los equipos clave.
- Integración de referencias de prensa en informes internos.
- Uso del archivo periodístico para análisis retrospectivos.

**Indicadores indirectos**

- Reducción de respuestas reactivas frente a crisis mediáticas.
- Mayor alineación entre mensajes institucionales y contexto nacional.
- Mejora en la coherencia entre comunicación pública y realidad informativa.

**Error común** Intentar medir esta suscripción con métricas digitales tradicionales. Su impacto es **transversal y estratégico**, no cuantificable en clics o engagement.

**Lectura técnica integrada**

- La suscripción se integra a la planificación como **sistema de lectura del entorno**, no como producto comunicacional.
- Los medios se seleccionan por **capacidad de influir en agenda**, no por tráfico.
- El impacto se mide por **mejor calidad decisional**, no por consumo visible.

Usada correctamente, la suscripción a prensa nacional digital fortalece la planificación institucional al reducir asimetrías de información, anticipar riesgos y mejorar la coherencia entre la gestión pública y el contexto nacional.

**ASPECTOS TECNICOS RELAVANTES PARA LA DIMAR**

Envato Elements es útil para la DIMAR porque soporta de manera directa la **producción técnica de contenidos comunicacionales** asociados a su rol misional, regulatorio y de autoridad marítima. Facilita la elaboración rápida y estandarizada de piezas informativas, pedagógicas e institucionales que requieren alto nivel de claridad visual y coherencia gráfica. **brinda concretamente:**

- Insumos técnicos prediseñados para comunicar normas, directrices, alertas, campañas de seguridad marítima y posicionamiento institucional.
- Recursos gráficos y audiovisuales que permiten traducir información técnica y normativa en contenidos comprensibles para distintos públicos.
- Capacidad operativa para responder con agilidad a necesidades comunicacionales coyunturales, sin depender de producción externa inmediata.

Su utilidad se encuentra en que **l**a DIMAR comunica información técnica compleja a públicos diversos (sector marítimo, portuario, comunidad costera, ciudadanía). Los recursos visuales facilitan esa transferencia de conocimiento; Contribuye a mantener una **presencia institucional sólida y profesional** en canales digitales oficiales; Permite uniformidad visual entre campañas, comunicados y piezas pedagógicas, reforzando identidad y autoridad institucional y Reduce el riesgo técnico de comunicar de forma improvisada o visualmente deficiente en escenarios de alta exposición pública.

Metricool es útil para la DIMAR porque permite **gestionar y controlar técnicamente su comunicación digital**, transformando la divulgación institucional en un proceso medible, monitoreable y ajustable, acorde con principios de eficiencia y rendición de cuentas.

**¿Qué brinda concretamente?**

- Información objetiva sobre el alcance y comportamiento de los contenidos institucionales.
- Capacidad de planificación y programación sistemática de publicaciones.
- Indicadores técnicos que evidencian qué mensajes informativos tienen mayor recepción o comprensión.
- Trazabilidad de la ejecución comunicacional en medios digitales.

**¿Por qué es útil para la DIMAR?**

- Permite evaluar si los mensajes sobre seguridad marítima, regulación, servicios y autoridad están llegando efectivamente a sus públicos objetivo.
- Facilita el ajuste técnico de formatos, horarios y canales de difusión según evidencia, no percepción.
- Apoya procesos de reporte interno y externo sobre gestión de comunicaciones.
- Reduce el riesgo de ineficiencia en el uso de recursos públicos destinados a divulgación digital.

En una entidad con alta responsabilidad pública y técnica como la DIMAR, Metricool fortalece la **gestión responsable de la comunicación institucional**.

Las suscripciones a medios nacionales son útiles porque proporcionan a la DIMAR un **sistema estructurado de lectura del entorno informativo**, clave para anticipar riesgos, entender la agenda pública y alinear su comunicación institucional con el contexto nacional.

**¿Qué brinda concretamente?**

- Acceso oportuno y continuo a información periodística relevante para el sector marítimo, portuario, ambiental, económico y de seguridad.
- Insumos para interpretar percepciones públicas, narrativas mediáticas y debates nacionales que pueden impactar la gestión institucional.
- Capacidad de seguimiento de coyunturas con potencial impacto reputacional o operativo.

**¿Por qué es útil para la DIMAR?**

- La DIMAR es una autoridad visible en temas sensibles como seguridad marítima, investigación de accidentes, soberanía, control y regulación.
- El monitoreo de medios permite anticipar reacciones públicas y preparar respuestas institucionales informadas.
- Facilita la coherencia entre la comunicación oficial y la realidad informativa nacional.
- Mejora la calidad del análisis previo a la emisión de comunicados, declaraciones o decisiones comunicacionales.

Esta utilidad es estratégica y preventiva, más que reactiva.

**Valor conjunto para la DIMAR**

- **Envato Elements**: fortalece la **producción técnica del mensaje**.
- **Metricool**: fortalece la **gestión, medición y control del mensaje**.
- **Prensa digital**: fortalece la **lectura del entorno en el que el mensaje se recibe**.

**En conjunto es útil para la DIMAR** porque articula creación, gestión y contexto, permitiendo que la DIMAR comunique de forma:

- Técnica y visualmente adecuada.
- Medible y eficiente.
- Contextualizada y estratégica.

En su conjunto, estos servicios aportan a una **comunicación institucional robusta, responsable y alineada con el rol de autoridad marítima del Estado colombiano**, sin exceder ni desnaturalizar la función pública de la entidad.

**¿Cómo se integran estos recursos en la estrategia comunicacional?**

La integración no es tecnológica sino **funcional y secuencial**. Cada recurso cumple un rol específico dentro del ciclo comunicacional institucional y debe incorporarse como parte de un flujo ordenado.

**1. Integración por fases de la estrategia**

**Fase de análisis y contexto**

- Las suscripciones a medios de prensa digitales alimentan la lectura del entorno.
- Permiten identificar temas sensibles, coyunturas relevantes y enfoques dominantes.
- Sirven como insumo previo para definir si se comunica, qué se comunica y en qué tono.

**Fase de diseño del mensaje**

- A partir del contexto identificado, se definen mensajes institucionales claros, pertinentes y oportunos.
- En esta fase se determina el público objetivo, el canal y el nivel técnico del lenguaje.

**Fase de producción**

- Envato Elements se integra como herramienta de soporte técnico para materializar el mensaje.
- Facilita la creación de piezas visuales coherentes con el contenido definido.
- Permite adaptar el mensaje a distintos formatos sin redefinir el contenido base.

**Fase de difusión y gestión**

- Metricool se utiliza para programar, ejecutar y ordenar la publicación en canales digitales.
- Asegura consistencia en tiempos, canales y frecuencia.
- Reduce improvisación operativa en la difusión.

**Fase de evaluación y ajuste**

- Metricool permite medir desempeño, recepción y comportamiento de las audiencias.
- Los resultados retroalimentan decisiones futuras de contenido y formato.
- La lectura de medios vuelve a cerrar el ciclo, ajustando mensajes al nuevo contexto.

**¿Cómo se evita la sobrecarga informativa con estos recursos?**

La sobrecarga informativa no depende de la cantidad de herramientas, sino de **falta de criterio estratégico** en su uso. Técnicamente, se controla mediante reglas claras.

**1. Control desde la planificación**

- No todo lo que ocurre en el entorno mediático requiere comunicación institucional.
- La prensa digital se usa como filtro de relevancia, no como detonante automático.
- Se comunica solo cuando existe relación directa con funciones, riesgos o deberes institucionales.

**2. Diferenciación entre públicos y niveles de profundidad**

- No todos los públicos necesitan el mismo nivel de información.
- Envato Elements permite adaptar una misma información a distintos formatos sin replicar contenido innecesario.
- Se evita publicar el mismo mensaje, con el mismo enfoque, en todos los canales.

**3. Uso disciplinado de métricas**

- Metricool permite identificar saturación por frecuencia excesiva o bajo rendimiento.
- Métricas de alcance decreciente o interacción nula son señales de sobreexposición.
- Se prioriza calidad del mensaje sobre volumen de publicaciones.

**4. Curaduría interna de la información**

- Las suscripciones a prensa deben ser revisadas por responsables definidos.
- No toda noticia relevante externamente lo es para la entidad.
- La información se sistematiza antes de convertirse en insumo comunicacional.

**5. Claridad del objetivo comunicacional**

- Cada publicación debe responder a un propósito específico.
- Si no se puede identificar para qué se publica, no debe producirse contenido.
- Envato Elements no debe usarse solo porque el recurso está disponible.

**Lectura integrada para la DIMAR**

- **La prensa digital** evita la descontextualización del mensaje.
- **Envato Elements** evita improvisación técnica, no exceso de contenido.
- **Metricool** evita desorden y permite identificar saturación temprana.

**Resultado estratégico esperado**

Una comunicación institucional:

- Selectiva y pertinente.
- Técnica, no reactiva.
- Visualmente clara, no redundante.
- Medible y ajustable.
- Alineada con el rol de autoridad marítima del Estado.

El uso correcto de estos recursos no incrementa la carga informativa; al contrario, **permite comunicar menos, pero mejor**, con mayor impacto, coherencia y responsabilidad institucional.

**¿Qué criterios se usan para seleccionar noticias relevantes?**

La selección de noticias no es un ejercicio de lectura general, sino un **proceso técnico de filtrado** que busca pertinencia institucional, capacidad de impacto y utilidad para la toma de decisiones.

**1. Criterio de relación misional**

Se priorizan noticias que guardan relación directa o indirecta con:

- Funciones de autoridad marítima.
- Seguridad de la navegación y la vida humana en el mar.
- Actividad portuaria, marítima y fluvial.
- Regulación, control, investigación de incidentes y soberanía marítima.

Las noticias sin vínculo con competencias institucionales no se consideran relevantes, aunque tengan alta visibilidad mediática.

**2. Criterio de impacto institucional potencial**

Se evalúa si la noticia puede:

- Generar cuestionamientos públicos a la entidad.
- Afectar percepción, reputación o legitimidad institucional.
- Requerir aclaración, contextualización o pronunciamiento.
- Anticipar escenarios de presión mediática o política.

Este criterio es clave para gestión preventiva, no reactiva.

**3. Criterio de agenda pública y narrativa dominante**

Se analiza si la noticia:

- Marca tendencia en la agenda nacional.
- Introduce narrativas que pueden escalar o replicarse.
- Instala debates donde la DIMAR pueda verse involucrada, incluso de forma indirecta.

No se evalúa solo el contenido, sino su **capacidad de amplificación**.

**4. Criterio de recurrencia y convergencia mediática**

Se priorizan noticias:

- Repetidas en varios medios.
- Abordadas desde distintos enfoques editoriales.
- Persistentes en el tiempo y no hechos aislados.

La recurrencia indica consolidación del tema en el entorno informativo.

**5. Criterio de uso estratégico de la información**

Se seleccionan noticias que:

- Sirven como insumo para planear mensajes institucionales.
- Ayudan a ajustar lenguaje, enfoque o timing comunicacional.
- Contribuyen a análisis de contexto para decisiones internas.

La noticia debe **aportar valor analítico**, no solo información.

**¿Cómo se capacita al personal en este enfoque?**

La capacitación no debe centrarse en el uso de herramientas, sino en la **formación de criterio institucional** para análisis informativo y toma de decisiones comunicacionales.

**1. Capacitación en lectura estratégica de medios**

Se entrena al personal para:

- Diferenciar hechos noticiosos de opiniones editoriales.
- Identificar sesgos, tonos y enfoques narrativos.
- Reconocer cuándo una noticia exige acción institucional y cuándo no.

El objetivo es pasar de consumo informativo a análisis estructurado.

**2. Formación en alineación con rol institucional**

Se refuerza el entendimiento de:

- Qué comunica la institución y por qué.
- Cuáles temas son sensibles por mandato legal o reputacional.
- Dónde termina la obligación institucional de informar.

Esto evita reacciones innecesarias por presión mediática.

**3. Uso guiado de ejemplos reales**

La capacitación es más efectiva cuando se: Analizan noticias reales pasadas. Evalúan decisiones correctas e incorrectas. Simulan escenarios de respuesta y no respuesta. Este enfoque fortalece criterio y coherencia institucional.

**4. Definición de roles claros**

Se capacita diferenciando funciones:

- Quién monitorea medios.
- Quién filtra y prioriza información.
- Quién decide si se comunica.
- Quién produce y quién valida mensajes.

Esto evita duplicidades y sobrecarga informativa interna.

**5. Integración con métricas y resultados**

El personal aprende a:

- Relacionar lectura de medios con resultados comunicacionales.
- Identificar cuándo una alerta temprana evitó crisis mayores.
- Evaluar impacto indirecto de decisiones basadas en análisis de prensa.

La capacitación se refuerza mostrando utilidad práctica.

**Lectura técnica integrada**

- **Seleccionar noticias** es un proceso de filtrado estratégico, no de volumen.
- **Capacitar al personal** implica formar criterio, no solo habilidades operativas.
- El objetivo no es reaccionar más, sino **reaccionar mejor y menos**.

Aplicado correctamente, este enfoque permite a la entidad utilizar las suscripciones a prensa digital como una **herramienta de inteligencia institucional**, fortaleciendo la planificación, la coherencia comunicacional y la gestión responsable del entorno informativo.

**Errores comunes en el uso estratégico de los recursos**

**1. Confundir herramientas con estrategia**

Un error frecuente es asumir que la sola adquisición de plataformas mejora la comunicación. Las herramientas **no corrigen vacíos estratégicos**, solo los hacen más visibles. Sin definición clara de objetivos, públicos y mensajes, su uso genera ruido informativo y esfuerzos dispersos.

**2. Reaccionar a toda noticia mediática**

Utilizar la suscripción a prensa como disparador automático de comunicación es un error crítico. No toda noticia requiere respuesta institucional. Reaccionar sin análisis genera:

- Saturación informativa.
- Mensajes defensivos o innecesarios.
- Pérdida de foco misional.

La lectura de prensa debe servir para **anticipar y contextualizar**, no para reaccionar de forma impulsiva.

**3. Priorizar métricas de vanidad**

Usar Metricool para maximizar likes, seguidores o comentarios sin relación con objetivos institucionales desvía el propósito público de la comunicación. En entidades como la DIMAR:

- Bajo engagement no implica mala gestión.
- Alto engagement no siempre significa buen impacto institucional. El error está en **optimizar métricas equivocadas**.**4. Producir contenido por disponibilidad de recursos**

Envato Elements facilita la producción, pero no debe incentivar la creación de contenido innecesario. Usar recursos "porque están disponibles" conduce a:

- Exceso de publicaciones sin relevancia.
- Pérdida de claridad en la comunicación.
- Dilución del mensaje institucional.

La producción debe responder a una **necesidad comunicacional concreta**, no a la capacidad técnica.

**5. Publicar el mismo mensaje en todos los canales**

Replicar contenido sin adaptación desconoce la lógica técnica de cada canal. Este error genera:

- Cansancio en la audiencia.
- Bajo rendimiento por canal.
- Interpretaciones fuera de contexto.

Cada canal cumple una función distinta y requiere **ajustes de formato, profundidad y lenguaje**.

**6. Desconectar contexto, mensaje y medición**

Otro error es trabajar estos recursos de forma aislada:

- Prensa sin incidencia en decisiones.
- Producción sin contexto.
- Métricas sin interpretación.

Cuando no se articula lectura del entorno, producción del mensaje y evaluación, la comunicación se vuelve mecánica y poco efectiva.

**7. No definir roles ni responsabilidades**

La ausencia de roles claros genera:

- Duplicidad de esfuerzos.
- Mala interpretación de la información.
- Saturación interna de insumos sin análisis.

Cada herramienta requiere responsables específicos: quién analiza, quién decide, quién ejecuta y quién evalúa.

**8. Medir impacto con criterios inadecuados**

Intentar medir la utilidad de la suscripción a prensa con clics o interacciones es un error metodológico. Su impacto es:

- Preventivo.
- Analítico.
- Estratégico.

Forzar métricas inapropiadas lleva a conclusiones erradas sobre su valor institucional.

**Error transversal más crítico**

El error más común es **no ejercer criterio institucional**. Las herramientas pueden amplificar buenas decisiones o amplificar errores. Sin criterio, aumentan el volumen, pero no la calidad de la comunicación.

**Enfoque correcto por preservar.** Comunicar solo cuando es pertinente. Medir lo que importa institucionalmente. Producir con intención, no por capacidad. Evitar estos errores permite que los recursos adquiridos **fortalezcan la autoridad, la claridad y la legitimidad institucional**, en lugar de generar sobreexposición o desgaste comunicacional.

**El análisis de la demanda** evidencia un mercado extremadamente concentrado, tanto en términos de modalidad de selección como de actores demandantes y temporales, lo que sugiere un bajo nivel de competencia real y una dinámica contractual altamente predecible. La contratación se ejecuta exclusivamente por mínima cuantía, con un valor total cercano a $0,12 mil millones, lo que confirma una fragmentación deliberada del gasto y una estrategia clara de evitación de procesos competitivos de mayor complejidad, riesgo jurídico y exposición institucional.

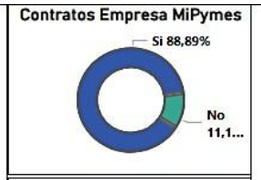
Desde la perspectiva sectorial, la mayor proporción del valor se concentra en Planeación, seguida a gran distancia por Información Estadística y Ambiente y Desarrollo Sostenible. Este patrón revela que la oferta está alineada con necesidades técnicas recurrentes y estandarizadas, lo cual reduce las barreras de entrada para proveedores habituales, pero también limita la diversidad de oferentes y la innovación en soluciones. La presencia marginal de sectores como Educación Nacional y categorías “No aplica” refuerza la idea de contratos de apoyo transversal más que de proyectos misionales robustos.

La alta participación de MiPymes, cercana al 89%, confirma que el mercado objetivo está compuesto por proveedores pequeños y medianos, con capacidad operativa suficiente para atender contratos de bajo monto y corta duración. No obstante, esta aparente inclusión puede ocultar un riesgo estructural: la posible dependencia de un número reducido de MiPymes recurrentes, que capturan de forma sistemática este tipo de demanda pública sin enfrentar presión competitiva efectiva. La ausencia total de contratos con obligaciones ambientales es consistente con el objeto contractual observado, pero también evidencia una oportunidad perdida para integrar cláusulas verdes incluso en contratos de apoyo, lo cual hoy es una expectativa creciente del control fiscal y disciplinario.













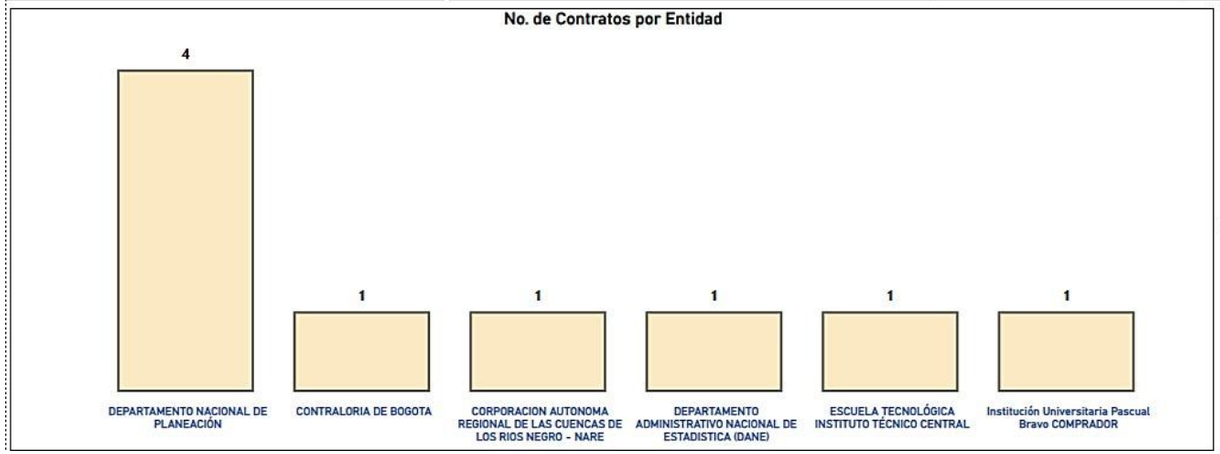


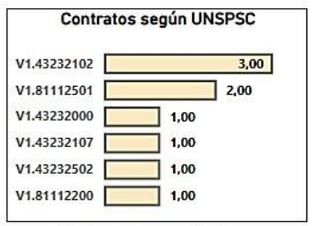


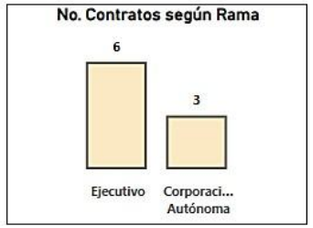


En términos temporales, la vigencia 2025 concentra la mayor parte del valor contratado, muy por encima de años anteriores, lo que sugiere una aceleración reciente de la contratación, posiblemente asociada a cierre de periodo de planeación o a rezagos en la ejecución. Este pico introduce riesgos de planeación deficiente, agotamiento de la oferta disponible y menor escrutinio en la selección, especialmente cuando se combina con mínima cuantía como modalidad exclusiva.

El análisis por tipo de gasto muestra una clara predominancia del funcionamiento sobre la inversión, lo que confirma que la oferta está orientada a sostener la operación institucional y no a generar capacidad nueva o impacto estructural. Esto limita la sofisticación técnica de la oferta y perpetúa un mercado de servicios repetitivos y poco diferenciados.




Finalmente, la concentración de contratos en pocas entidades, con el Departamento Nacional de Planeación liderando ampliamente, y la dominancia de la rama Ejecutiva refuerzan el carácter centralizado de la demanda. Desde una óptica crítica, el principal riesgo no es jurídico sino económico: un mercado cautivo, de baja competencia y escaso aprendizaje, donde la oferta se ajusta a cumplir mínimos formales más que a optimizar

valor público. Una estrategia audaz, sin vulnerar principios, sería consolidar demanda, superar la mínima cuantía y forzar la entrada de nuevos oferentes especializados, incluso a costa de mayor carga administrativa, para romper este equilibrio ineficiente que hoy favorece la comodidad contractual sobre la eficiencia y la innovación.

**El análisis de la oferta** confirma un patrón de concentración geográfica, presupuestal y decisional que refuerza los riesgos estructurales ya observados en la oferta. La mayor parte del valor contractual se concentra en el Distrito Capital de Bogotá, con más de $104 millones frente a una participación marginal de Antioquia cercana a $16 millones. Esta distribución no responde a una lógica de descentralización del gasto ni a criterios territoriales de cobertura, sino a una demanda centralizada, típica de entidades rectoras, que limita el acceso efectivo de proveedores regionales y reduce la presión competitiva fuera del eje Bogotá-Cundinamarca.

Desde el ángulo de los proveedores adjudicados, la demanda se encuentra altamente capturada por un grupo reducido de contratistas. Dos proveedores concentran el mayor número de contratos adjudicados y, más relevante aún, el mayor valor contratado se concentra en Royal Tech Group SAS y Software IT SAS, que en conjunto absorben una porción dominante del presupuesto. Esta concentración económica, incluso con varios proveedores formales, sugiere un mercado con baja rotación real y alta familiaridad entre demandante y oferente, lo que incrementa el riesgo de dependencia técnica y de cierre implícito del mercado.

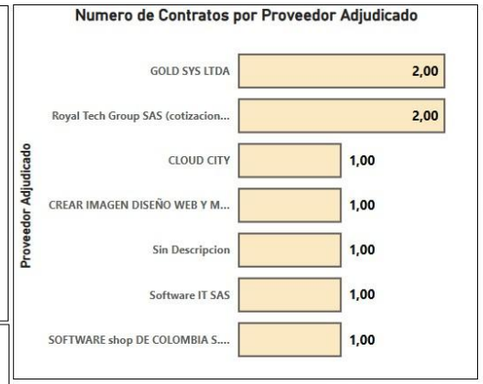
El comportamiento por vigencia fiscal refuerza esta lectura. El año 2025 concentra el mayor valor contratado, seguido por 2024, con una caída abrupta en vigencias anteriores. Esto indica una demanda acelerada y posiblemente reactiva, típica de procesos de última hora o de acumulación de necesidades no resueltas en periodos previos. Este patrón deteriora la planeación contractual, reduce el tiempo efectivo para estructurar procesos competitivos y fortalece el uso de modalidades simplificadas.

En cuanto al tipo de contrato, la compraventa domina claramente el valor total, seguida por la prestación de servicios y, en menor medida, los suministros. Ello revela una demanda fuertemente orientada a la adquisición de bienes y soluciones cerradas, más que a desarrollos a la medida o esquemas de resultados. Esta preferencia reduce el espacio para soluciones innovadoras y favorece proveedores con portafolios predefinidos, reforzando la concentración observada.

La modalidad de selección es el indicador más crítico de la demanda: la mínima cuantía explica más del 99% del valor contratado, dejando la contratación directa en un margen irrelevante. No se observa ningún esfuerzo por agregar demanda, escalar objetos contractuales o utilizar procedimientos que amplíen la concurrencia. La demanda está diseñada explícitamente para moverse dentro de umbrales bajos, lo que traslada el riesgo desde lo jurídico hacia lo económico y estratégico, al consolidar un mercado cómodo, predecible y poco disputado.

En conjunto, la demanda no actúa como un mecanismo de dinamización del mercado, sino como un factor de cierre. El principal riesgo no está en la legalidad formal de los contratos, sino en la pérdida de valor público por ausencia de competencia efectiva, escasa exploración de alternativas técnicas y dependencia reiterada de los mismos proveedores. Una decisión audaz y técnicamente defendible sería rediseñar la demanda para agrupar necesidades recurrentes, elevar el monto de los procesos y forzar escenarios de competencia real, aun cuando ello implique mayores costos de transacción y exposición administrativa, pues el beneficio en eficiencia, transparencia y aprendizaje institucional superaría ampliamente esos costos.



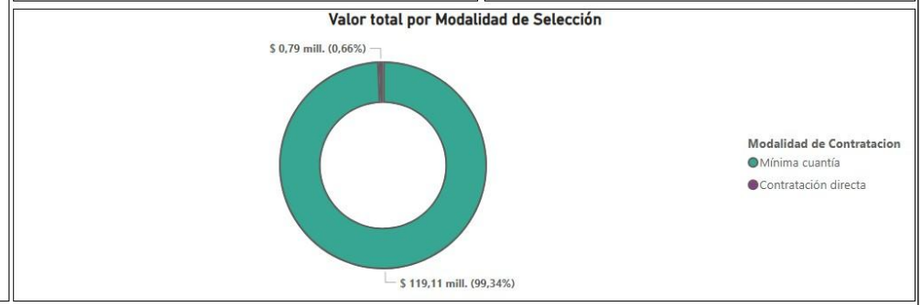












**Histórico de compras o adquisiciones la entidad del bien o servicio.**

La demanda de los bienes y/o servicios objeto del presente estudio, es verificada en la página web de Contratación Estatal en Colombia (www.colombiacompra.gov.co) y se toma como referencia aquellos procesos de contratos con objeto igual o similar llevados a cabo por Dirección General Marítima.

**Histórico de compras o adquisiciones de otras entidades Estatales y otros consumidores del bien o servicio.**
La demanda de los bienes y/o servicios objeto del presente estudio, es verificada en la página web de Contratación Estatal en Colombia (www.colombiacompra.gov.co) y se toma como referencia aquellas entidades con procesos de contratos con objeto igual o similar. A continuación, se mencionan algunos procesos contratados:

| Nombre Entidad | Referencia del Contrato | Objeto del Contrato | URLProceso | Vigencia | Tipo de Contrato | Justificacion Modalidad de Contratacion | Modalidad de Contratacion | Duración del contrato | Fecha de Inicio del Contrato | Fecha de Fin del Contrato | Valor del Contrato | Proveedor Adjudicado |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CONTRALORIA DE BOGOTA | 2025517 | Adquisición de licencias de suscripción a las herramientas tecnológicas Freepik y Envato; con el fin de optimizar la divulgación de información y contenido de la Contraloría de Bogotá. | https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.7914828&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true | 2025 | Compraventa | Presupuesto inferior al 10% de la menor cuantía | Mínima cuantía | 1 Mes(es) | 05/02/2025 | 05/23/2025 | 5797000 | GOLD SYS LTDA |
| CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DE LAS CUENCAS DE LOS RIOS NEGRO - NARE | S-MC-629-2025 | ADQUISICIÓN; RENOVACIÓN E INSTALACIÓN DE LICENCIAS DE ADOBE CREATIVE CLOUD; ADOBE ACROBAT PRO; FREEPIK PREMIUM; ENVATO ELEMENTS Y SUSCRIPCIÓN DE CHATGPT PLUS | https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.8910954&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true | 2025 | Suministros | Presupuesto inferior al 10% de la menor cuantía | Mínima cuantía | 12 Mes(es) | 10/29/2025 | 10/29/2026 | 15010000 | CREAR IMAGEN DISEÑO WEB Y MULTIMEDIA S.A.S |
| DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE) | CO1.PCCNTR.7777611 | 1182501325_A_02_SERVICIOS_TELECOMUNICACIONES_2025_Adquirir las suscripciones a Metricool; MailChimp; YouTube; Spreaker; Freepik; Envato; Motion Array Everything; Streamyard y medios de comunicación digitales; herramientas tecnológicas necesarias para el cumplimiento de los objetivos institucionales relacionados con la promoción de la difusión; comunicación y desarrollo de la cultura estadística del DANE | https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.7933937&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true | 2025 | Prestación de servicios | Presupuesto inferior al 10% de la menor cuantía | Mínima cuantía | 10 Dia(s) | 04/24/2025 | 05/08/2025 | 26962961 | Royal Tech Group SAS (cotizaciones@royaltech.group) |
| DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN | DNP-1266-2025 | 110503325 - Adquirir la suscripción de las herramientas tecnológicas Flickr Pro; Freepik/Flaticon; Motion Array; Streamyard; Mailchimp; Envato elements y Metricol para la optimización de la divulgación de información y contenido a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones del Departamento Nacional de Planeación (DNP). | https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.9023335&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true | 2025 | Compraventa | Presupuesto inferior al 10% de la menor cuantía | Mínima cuantía | 1 Mes(es) | 11/14/2025 | 12/14/2025 | 25514586 | Royal Tech Group SAS (cotizaciones@royaltech.group) |
| DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN | DNP-1163-2024 | OAC-1280 Adquirir la suscripción de las herramientas tecnológicas Flickr Pro; Freepik / Flaticon; Motion Array; Spreaker; Streamyard; Mailchimp y Envato elements para la optimización de la divulgación de información y contenido a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones del Departamento Nacional de Planeación (DNP). | https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6674323&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true | 2024 | Compraventa | Presupuesto inferior al 10% de la menor cuantía | Mínima cuantía | 1 Mes(es) | 09/30/2024 | 10/29/2024 | 34748000 | Software IT SAS |
| ESCUELA TECNOLÓGICA INSTITUTO TÉCNICO CENTRAL | 373-2024 | ADQUISICIÓN DE UNA (1) LICENCIA DEL SOFTWARE POR SUSCRIPCIÓN A LA PLATAFORMA DIGITAL ENVATO ELEMENTS DURANTE DOCE (12) MESES PARA FORTALECER LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS MULTIMEDIA DE LA ESCUELA TECNOLÓGICA INSTITUTO TÉCNICO CENTRAL | https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6699165&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true | 2024 | Compraventa | Presupuesto inferior al 10% de la menor cuantía | Mínima cuantía | 380 Dia(s) | 10/22/2024 | 10/28/2025 | 3647000 | GOLD SYS LTDA |
| DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN | DNP - 1280-2023 | Renovación de la suscripción del servicio de Envato Elements para el Departamento Nacional de Planeación (DNP) de conformidad con el Anexo Técnico. | https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.4428913&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true | 2023 | Prestación de servicios | Presupuesto inferior al 10% de la menor cuantía | Mínima cuantía | 15 Dia(s) | 06/13/2023 | 06/22/2023 | 3795000 | SOFTWARE shop DE COLOMBIA S.A.S |
| Institución Universitaria Pascual Bravo COMPRADOR | RESOLUCION 783 DE 2021 | Suscripción a la plataforma ENVATO-ELEMENTS para el uso ilimitado y obtención de insumos de activos digitales para la unidad de Educación Digital de la Institución Universitaria Pascual Bravo | https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.2411959&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true | | Prestación de servicios | No existe pluralidad de oferentes en el mercado | Contratación directa | 1 Año(s) | | 11/26/2022 | 792000 | Sin Descripcion |
| DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN | DNP-918-2022 | Adquisición del licenciamiento tipo suscripción del software Envato Elements para el Departamento Nacional de Planeación (DNP). | https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.2989119&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true | 2022 | Compraventa | Presupuesto inferior al 10% de la menor cuantía | Mínima cuantía | 1 Mes(es) | 07/15/2022 | 08/08/2022 | 3640000 | CLOUD CITY |

**ANEXO C**

**ESTIMACION DEL PRESUPUESTO OFICIAL Y ESTUDIO DE MERCADO**

**El Grupo XXXXXXXXXX de la Dirección General Marítima (DIMAR)** elaboró la invitación a presentar cotización correspondiente a la vigencia 2026, conforme a los requerimientos y especificaciones técnicas mínimas definidas para el presente proceso de contratación. En coordinación con el Comité Estructurador Técnico, se adelantaron gestiones orientadas a identificar posibles oferentes con capacidad para suministrar los bienes y/o prestar los servicios requeridos, a quienes se les remitió la respectiva solicitud de cotización.

Finalizada la etapa de invitación, se recibieron propuestas económicas por parte de un grupo determinado de personas naturales y jurídicas. Dichas cotizaciones fueron por el comité técnico estructurador **avaladas en lo que respecta al cumplimiento de las especificaciones técnicas y remitidas** para su análisis al Comité Estructurador Económico.

**ANÁLISIS DE LAS COTIZACIONES**

## Cuadro comparativo de cotizantes e idoneidad según sector económico

| *Cotizante* | Actividades económicas registradas (CIIU) | Sector económico predominante | Perfil económico-operativo | Idoneidad del uso según el objeto a contratar |
|---|---|---|---|---|
| ***EF Business Outsourcing S.A.S.*** | 1811 Actividades de impresión.<br>4664 Comercio al por mayor de productos químicos.<br>4669 Comercio al por mayor de otros productos n.c.p.<br>4690 Comercio al por mayor no especializado. | Industria gráfica y comercio mayorista multisectorial. | Empresa con orientación transversal, capacidad de intermediación y provisión de servicios gráficos y comerciales. No es un actor especializado en tecnologías de información ni en edición periodística, pero cuenta con actividades conexas al suministro y soporte de insumos y servicios. | Idoneidad **media** para servicios asociados a producción gráfica, apoyo visual y suministros relacionados. Idoneidad **indirecta** para servicios digitales o de información, en tanto actúa como integrador o intermediario. |
| ***Sinergia Gráfica S.A.S.*** | 1811 Actividades de impresión. | Industria gráfica especializada. | Empresa con enfoque claro y exclusivo en producción gráfica. Modelo operativo concentrado, con menor diversificación sectorial, pero alta especialización técnica en impresión y productos gráficos. | Idoneidad **alta** para servicios de diseño, impresión, piezas visuales institucionales y soporte gráfico de comunicaciones. Idoneidad **limitada** para servicios tecnológicos o plataformas digitales, al no evidenciar actividades TIC. |
| ***Beestic S.A.S.*** | 6202 Actividades de consultoría informática y administración de instalaciones informáticas.<br>4741 Comercio al por menor de equipos de cómputo y telecomunicaciones.<br>8551 Formación para el trabajo. | Tecnologías de la información y servicios informáticos. | Empresa orientada a servicios TIC, con experiencia en consultoría, soporte tecnológico, software y capacitación. Modelo alineado con plataformas digitales, analítica y herramientas tecnológicas. | Idoneidad **alta** para plataformas tecnológicas, analítica digital, software, licenciamiento y servicios informáticos. Idoneidad **baja** para servicios editoriales o de impresión tradicional. |

El análisis evidencia que los cotizantes **no pertenecen a un mismo segmento económico**, sino que representan **perfiles complementarios** dentro del ecosistema de bienes y servicios requeridos. EF Business Outsourcing S.A.S. opera como un proveedor con actividades amplias y transversales, Sinergia Gráfica S.A.S. responde a un perfil especializado en industria gráfica y Beestic S.A.S. se alinea claramente con el sector de tecnologías de la información, previamente identificado bajo el CIIU 6209.

Esta diversidad explica la variabilidad en precios, enfoques técnicos y métricas económicas utilizadas en el estudio de mercado, y confirma que la pluralidad de cotizantes no es artificial sino consistente con la estructura real del mercado.

**Nota:** Aunque la identificación del sector económico constituye una aproximación válida y técnica para establecer la idoneidad de los cotizantes en la etapa de planeación, debe precisarse que el **objeto social inscrito en el registro mercantil puede ser amplio o pluricomprensivo**. En consecuencia, **no es posible para la entidad, en fase de planeación y estudio de mercado, determinar con certeza si el objeto social guarda relación directa con el objeto del proceso contractual**. Esta verificación únicamente es jurídicamente viable en la **fase de selección**, mediante la revisión del certificado de existencia y representación legal y el cumplimiento de los requisitos habilitantes definidos en el pliego de condiciones.

El **Comité Estructurador Económico**, con base en las cotizaciones allegadas por parte del comité estructurador técnico y en aplicación de criterios técnicos previamente definidos, procedió a realizar el análisis correspondiente de los precios unitarios ofertados para cada ítem. Para ello, se estimó el **coeficiente de variación (CV)** de los

valores reportados, y con fundamento en este indicador se definió la métrica estadística más apropiada para establecer el precio unitario de referencia.

- Menor Valor
- Media aritmética
- Mediana
- Media Geométrica.
- Media Armónica.
- Coeficiente de Variación (CV).
- Histórico más ajuste por Inflación

Se establecerá el siguiente procedimiento como criterio de selección la métrica a implementarse cuyo propósito es determinar el precio unitario de referencia por ítems:

- ✓ Si CV ≤ 5%, entonces el criterio de selección es **Menor Valor.**
- ✓ Si 5% < CV ≤ 15%, entonces el criterio de selección es **Media armónica.**
- ✓ Si 15% < CV ≤ 30%, entonces el criterio de selección es **Media Geométrica.**
- ✓ Si 30% < CV ≤ 50%, entonces el criterio de selección es **Media aritmética.**
- ✓ Si 50% < CV, entonces el criterio de selección es **Mediana.**

| Ítems | DESCRIPCIÓN TECNICA DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS POR CONTRATAR | Unidad de medida | Cantidad | Precio unitario EF BUSINESS OUTSOURCING SAS | Precio unitario SINERGIA GRAFICA | Precio unitario BEESTIC SAS | CV | Métrica | Precio unitario de referencia | Precio total de referencia |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| *1.* | **Envato Elements** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$1.086.086,00* | *$1.000.000,00* | *$1.132.000,00* | *6,25%* | *Media armónica* | *$1.069.851,00* | *$1.069.851,00* |
| *2.* | **Metricool** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$1.184.822,00* | *$1.100.000,00* | *$3.150.000,00* | *64,02%* | *Mediana* | *$1.184.822,00* | *$1.184.822,00* |
| *3.* | **Prensa El Espectador** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$295.500,00* | *$390.000,00* | *$410.000,00* | *16,75%* | *Media geométrica* | *$361.522,00* | *$361.522,00* |
| *4.* | **Prensa El Tiempo** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$413.850,00* | *$490.000,00* | *$293.000,00* | *24,90%* | *Media geométrica* | *$390.213,00* | *$390.213,00* |
| *5.* | **Prensa El País** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$582.000,00* | *$590.000,00* | *$672.500,00* | *8,15%* | *Media armonica* | *$612.230,00* | *$612.230,00* |
| *6.* | **Prensa El Universal** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$171.225,00* | *$290.000,00* | *$215.847,00* | *26,58%* | *Media geométrica* | *$220.481,00* | *$220.481,00* |
| | | | | | | | | **VALOR DEL PRESUPUESTO OFICIAL ESTIMADO** | | **$ 3.839.119,00** |

La determinación de las métricas aplicadas a cada ítem responde a la **heterogeneidad natural de los mercados analizados**, tanto en estructura de precios como en grado de dispersión entre oferentes. No se trata de un ejercicio uniforme, sino de una aproximación diferenciada que busca reflejar, con mayor fidelidad, el comportamiento real de cada segmento de mercado.

En los ítems correspondientes a **Envato Elements** y **Prensa El País**, se optó por la **media armónica** debido a que los precios observados presentan **baja dispersión relativa y naturaleza homogénea**, propia de servicios estandarizados con esquemas de suscripción definidos a nivel internacional o con tarifas ampliamente referenciadas. En estos casos, la media armónica permite suavizar el efecto de valores extremos y resulta adecuada cuando los precios se comportan de forma consistente y el riesgo de sesgo por outliers es bajo. La utilización de esta métrica protege a la entidad frente a sobreestimaciones artificiales del precio de referencia, sin comprometer la calidad del servicio.

Para el caso de **Metricool**, se empleó la **mediana**, decisión que obedece a una **alta dispersión de precios entre proveedores**, reflejada en un coeficiente de variación significativamente superior al del resto de ítems. En este mercado, las diferencias entre los precios ofertados no responden únicamente a escalas de servicio, sino a estrategias comerciales y modelos de licenciamiento diferenciados. La mediana, al representar el valor central de la distribución, elimina la influencia de precios atípicamente altos o bajos y constituye una referencia neutral desde el punto de vista económico, especialmente recomendable en escenarios de volatilidad o asimetría informativa.

En los ítems de **Prensa El Espectador, Prensa El Tiempo y Prensa El Universal**, se recurrió a la **media geométrica**, métrica particularmente adecuada cuando los precios crecen o decrecen de manera proporcional y cuando las diferencias entre oferentes responden a **relaciones multiplicativas más que aditivas**. En estos mercados editoriales, los precios están influenciados por paquetes de suscripción, alcance del contenido, número de accesos y valor de marca, lo cual genera variaciones moderadas pero sistemáticas. La media geométrica captura mejor este comportamiento, evitando que un precio aislado distorsione el valor de referencia y reflejando un equilibrio razonable entre las ofertas observadas.

Desde la perspectiva de justificación económica, el uso diferenciado de métricas cumple con los principios de **eficiencia, planeación y responsabilidad fiscal**. Cada métrica seleccionada reduce el riesgo de **sobreestimación presupuestal** y, al mismo tiempo, previene escenarios de subestimación que podrían comprometer la pluralidad de oferentes o la viabilidad de la contratación. En términos de teoría económica aplicada al gasto público, este enfoque minimiza fallas de mercado asociadas a información imperfecta y refuerza el carácter objetivo del estudio de mercado, al adaptar la metodología de cálculo a la estructura real de cada sector.

Adicionalmente, la consideración explícita del **coeficiente de variación (CV)** como insumo previo a la selección de la métrica es un acierto metodológico, ya que permite evaluar la estabilidad del mercado y el nivel de riesgo en la formación del precio. Mercados con CV bajo admiten métricas promediales simples; mercados con CV alto requieren medidas robustas como la mediana. Este criterio introduce rigor técnico al análisis y fortalece la defensa del presupuesto frente a eventuales observaciones de control fiscal o auditoría.

Como conclusión económica global del estudio de mercado, se evidencia que la entidad enfrenta tres tipos de mercados claramente diferenciados: uno de **servicios digitales estandarizados** (Envato Elements), uno de **plataformas tecnológicas con alta dispersión de precios** (Metricool) y uno de **medios de prensa tradicionales en transición**, con estructuras de precios heterogéneas pero relativamente estables dentro de cada proveedor. La metodología aplicada logra capturar esta diversidad sin imponer un criterio único que distorsione el análisis.

El resultado agregado del ejercicio muestra que los precios de referencia definidos para cada ítem son **económicamente razonables, proporcionales y consistentes con el comportamiento del mercado**, garantizando el equilibrio entre austeridad en el gasto público y suficiencia presupuestal para atraer oferentes idóneos. Asimismo, el estudio evita concentraciones artificiales de precio y reduce el riesgo de declaratorias desiertas por presupuestos subvalorados.

En consecuencia, y con base en el análisis económico realizado, se concluye que el **presupuesto oficial estimado para satisfacer la necesidad** asciende hasta por la suma de **TRES MILLONES OCHOCIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL CIENTO DIECINUEVE PESOS M/cte ($3.839.119,00) incluye IVA y las demás erogaciones que correspondan**, valor que refleja de manera adecuada la realidad del mercado, respeta los principios de eficiencia del gasto público y proporciona un marco financiero sólido para adelantar el proceso de contratación estatal.

**CAPITÁN DE NAVÍO GERMÁN AUGUSTO ESCOBAR OLAYA**
**Coordinador General**
**GERENTE DE PROYECTO**

CPS Omar Medrano R
**Estructurador Económico**

**ANEXO D**
**MODELO DE PROPUESTA ECONOMICA**

**OBJETO:** Adquisición de los servicios digitales Envato Elements, Metricool y suscripciones a medios de prensa nacionales en formato digital, con herramientas especializadas para la creación, gestión y análisis de contenidos comunicacionales.

| Ítems | DESCRIPCIÓN TECNICA DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS POR CONTRATAR | Unidad de medida | Cantidad | Precio unitario de referencia | Precio unitario del oferente | Precio total del oferente |
|---|---|---|---|---|---|---|
| *1.* | **Envato Elements** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$1.069.851,00* | | |
| *2.* | **Metricool** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$1.184.822,00* | | |
| *3.* | **Prensa El Espectador** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$361.522,00* | | |
| *4.* | **Prensa El Tiempo** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$390.213,00* | | |
| *5.* | **Prensa El País** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$612.230,00* | | |
| *6.* | **Prensa El Universal** *de acuerdo con lo establecido en el anexo de especificaciones técnicas mínimas requeridas.* | *12 meses* | *1* | *$220.481,00* | | |
| | | | | **VALOR TOTAL DE LA PROPUESTA ECONOMICA** | | |

La propuesta económica deberá ser presentada a través de la plataforma electrónica SECOP II, diligenciando la propuesta económica y expresado el precio unitario sin decimales.

El precio unitario de referencia incluye IVA y las demás erogaciones que correspondan.

En la preparación de la oferta, el proponente deberá incluir en sus precios unitarios todos los costos (directos e indirectos), gastos, utilidad, impuestos (cuando aplique), tasas, contribuciones, pólizas, derechos, logística, transporte y demás cargos necesarios para la correcta ejecución del contrato, incluidas las contribuciones que establezcan las autoridades nacionales, departamentales o municipales en sus respectivos niveles territoriales. En consecuencia, el precio unitario ofertado comprende el valor del Impuesto al Valor Agregado (IVA), salvo en los casos en que, de conformidad con la normativa tributaria vigente, proceda su exención o exclusión.

El precio total = Precio Unitario x Cantidades.

El Valor total = Sumatoria de precios totales.

**EL PRECIO UNITARIO OFERTADO NO PODRÁ SER SUPERIOR AL PRECIO UNITARIO DE REFERENCIA POR ÍTEMS. SO PENA DE INCURRIR EN CAUSAL DE RECHAZO**.

## ANEXO E
## MATRIZ DE RIESGOS

| No | Clase | Fuente | Etapa | Tipo | Descripción del riesgo | Consecuencia | P | I | Val. | Cat. | Asignación | Tratamiento / Control | P Res. | I Res. | Val. Res. | Afecta | Responsable | Inicio | Fin | Monitoreo | Periodicidad |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | General | Externa | Selección | Económico | Ofertas artificialmente bajas | Incumplimiento activación | 2 | 3 | 5 | Medio | Contratista | Validar estudio de mercado | 1 | 2 | 3 | Sí | Supervisor | Evaluación | Adjudicación | Revisión económica | Previo adjudicación |
| 2 | General | Externa | Ejecución | Tecnológico | Indisponibilidad de plataformas | Interrupción servicio | 3 | 4 | 7 | Alto | Contratista | Exigir SLA y soporte | 2 | 3 | 5 | Sí | Supervisor | Inicio | Liquidación | De la disponibilidad | Mensual |
| 3 | General | Interna | Planeación | Operacional | Definición insuficiente relacionada con los acceso | Retrasos en la implementación | 2 | 3 | 5 | Medio | Entidad | Validación técnica | 1 | 2 | 3 | Sí | Gerente del Proyecto | Estudio previo | Inicio de ejecución | Verificación de requisites exigidos | Una vez |
| 4 | General | Externa | Ejecución | Tecnológico | Incompatibilidad técnica | Limitación uso | 2 | 4 | 6 | Medio | Contratista | Pruebas compatibilidad | 1 | 2 | 3 | Sí | Supervisor | Inicio | Activación | Realización de Pruebas | Una vez |
| 5 | General | Interna | Contratación | Operacional | Demoras administrativas | Retraso activación | 2 | 2 | 4 | Bajo | Entidad | Gestión trámites | 1 | 1 | 2 | Sí | Contratación | Estudio previo | Perfeccionamiento | Control documental | Semanal |
| 6 | General | Externa | Ejecución | Regulatorio | Cambios de licenciamiento | Restricción funcional | 3 | 3 | 6 | Medio | Contratista | Mantener funcionalidades | 2 | 2 | 4 | Sí | Supervisor | Inicio | Liquidación | Seguimiento | Mensual |
| 7 | General | Externa | Ejecución | Seguridad | Pérdida credenciales | Acceso no autorizado | 2 | 5 | 7 | Alto | Contratista | Controles seguridad | 1 | 3 | 4 | Sí | Administrador | Activación | Liquidación | Revisión accesos | Mensual |
| 8 | General | Externa | Ejecución | Financiero | Variación TRM | Afectación económica | 3 | 2 | 5 | Medio | Contratista | Riesgo oferente | 3 | 2 | 5 | No | Contratista | Oferta | Liquidación | Mercado | Mensual |
| 9 | General | Externa | Ejecución | Operacional | Falta soporte | Interrupciones | 3 | 4 | 7 | Alto | Contratista | ANS definidos | 2 | 3 | 5 | Sí | Supervisor | Inicio | Liquidación | Verificar ANS | Mensual |
| 10 | General | Externa | Ejecución | Operacional | No activación licencias | Incumplimiento contractual | 2 | 4 | 6 | Medio | Contratista | Validar evidencias | 1 | 2 | 3 | Sí | Supervisor | Inicio | Pago | Acta recibo | Una vez |

**HOJA EN BLANCO**