



**ANÁLISIS ECONÓMICO DE SECTOR
DECRETO 1082 DE 2015**

En cumplimiento con lo establecido en el Art. 2.2.1.1.1.6.1 del decreto 1082 de 2015, y teniendo como punto de referencia la guía de elaboración de estudios de sector GEES- Versión 2025, publicada en la página de Colombia compra eficiente y materializar los principios de planeación, responsabilidad, y transparencia se realiza el estudio de sector para la celebración del proceso de contratación que tendrá como objeto: **«PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ESTRATÉGICO DEL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN A CARGO DE LA SECRETARIA DE TURISMO DEL DISTRITO DE CARTAGENA»**

CÓDIGO UNSPSC:

Clasificación UNSPSC	Descripción
82101500	Publicidad Impresa
82101600	Publicidad difundida
82101800	Servicios de agencia de publicidad
82101900	Colocación y cumplimiento de medios
82131600	Fotógrafos y directores de fotografía
82141500	Servicio de diseño artístico
83121700	Servicios de comunicación masiva

1. ASPECTOS GENERALES

ESTRUCTURA DEL SECTOR ECONÓMICO

La clasificación de los sectores económicos se basa en la naturaleza de las actividades realizadas en cada sector.

Sector primario: Incluye actividades relacionadas con la extracción y producción de materias primas. Ejemplos de actividades primarias son la agricultura, la pesca, la minería y la explotación forestal.

Sector secundario: Agrupa las actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos manufacturados. En este sector se encuentran la industria manufacturera, la construcción y la producción de bienes.

Sector terciario: Incluye actividades de servicios. Aquí se encuentran sectores como el comercio, la educación, la salud, la banca, el turismo y otros servicios.

Teniendo en cuenta el objeto del presente proceso, al enfocarse en la **«PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ESTRATÉGICO DEL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN A CARGO DE LA SECRETARIA DE TURISMO DEL DISTRITO DE CARTAGENA»**, este servicio se ubica en el sector terciario de la economía, específicamente en el subsector de los servicios de comunicación y publicidad. El sector terciario abarca actividades no relacionadas con la producción de bienes tangibles, sino

con la oferta de servicios que aportan valor a través de la experiencia, conocimiento y medios tecnológicos. Dentro de este subsector, se encuentran actividades vinculadas con la creación, implementación y gestión de estrategias de comunicación, orientadas a mejorar la imagen institucional y gubernamental.

La prestación de servicios para la ejecución del plan de medios estratégico del Distrito de Cartagena tiene como objetivo fortalecer la visibilidad de las acciones de gobierno, lo cual es una clara manifestación de una actividad de servicios. Este tipo de actividades es crucial para las entidades públicas, pues permite articular las acciones de gobierno con la ciudadanía mediante campañas comunicacionales eficientes, generando un impacto positivo sobre la percepción pública y apoyando la consecución de los objetivos del Plan de Desarrollo 2024-2027.

En resumen, esta actividad pertenece al sector terciario, específicamente al área de comunicación, publicidad y marketing, subsectores vitales para la interacción entre los organismos gubernamentales y la sociedad.

DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE SATISFACER CON LA CONTRATACIÓN

La Constitución Política De Colombia, en el Artículo 1. Preceptúa: «Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la que prevalece del interés general».

Igualmente, la Carta Constitucional en el Artículo 2 indica: «Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y Cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integralidad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo».

El Distrito de Cartagena mediante el Decreto Distrital No. 0406 de 14 de marzo de 2024, creó y determino que, la Secretaría de Turismo es el organismo encargado de liderar la planeación y gestión de políticas, planes, programas, proyectos y estrategias que fortalezcan el desarrollo turístico del Distrito, a través del fomento a la inversión turística, la promoción de la innovación y la competitividad en el sector y la inspección, vigilancia y control de los prestadores de servicios turísticos, en calidad de autoridad Distrital de Turismo, todo lo anterior, con el fin de alcanzar sus propósitos misionales impactando al público en general orientando, difundiendo, transmitiendo, sensibilizando, concertando, programando y desarrollando actividades y programas, con el concurso de sus funcionarios y contratistas.

El Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 «COLOMBIA, POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA», es una apuesta por convertir al país en líder de la lucha mundial por la vida, la humanidad y la naturaleza. Su énfasis radica en las transformaciones a través de la mirada territorial y sus poblaciones, que el desarrollo económico parta desde el ordenamiento del territorio y la inclusión. Propone cinco (5) grandes transformaciones:

- 1) Ordenamiento del territorio alrededor del agua.
- 2) Seguridad humana y justicia social.
- 3) Derecho humano a la alimentación.
- 4) Transformación productiva, internacionalización y acción climática.
- 5) Convergencia regional.

El Plan Nacional de Desarrollo, incluye entre otras actividades el fomento del Turismo Sostenible a través del conocimiento y la innovación “creando modelos de negocios incluyentes, con enfoque de circularidad, generando encadenamientos productivos de alto valor agregado en el sector agropecuario, forestal, pesquero, farmacéutico, textil, de turismo de la naturaleza y otros sectores de la bioeconomía, dirigidos a los mercados nacionales y extranjeros” (PND, 2023).



A su vez, el **Plan Sectorial de Turismo «Turismo en armonía con la vida 2022-2026»**, tiene como objetivo *«construir capacidades para consolidar el desarrollo sostenible y responsable del turismo en el país, mejorando las prácticas de inclusión e innovación que realizan los entes gubernamentales, las empresas, las comunidades y los territorios, incrementando las oportunidades para la creación de valor social y económico en la oferta turística, para aumentar la demanda de viajeros y el reconocimiento turístico del país»*, en consecuencia, el desarrollo del bienestar social es el objetivo principal de este instrumento, que se medirá a partir de la generación de oportunidades laborales en el sector en relación de la llegadas de turistas que visitan el país.

Dicho Plan Sectorial establece cuatro grandes líneas estratégicas del Gobierno Nacional para el cuatrienio 2022-2026 que, en el largo y el mediano plazo, buscan solucionar los cuellos de botella que enfrenta el sector.

Las líneas estratégicas son:

- 1) Democratización del turismo como fuerza transformadora para una cultura de paz.
- 2) Territorios turísticos para la equidad y el bienestar
- 3) Turismo: alternativa para la transición económica y protección de la naturaleza
- 4) Turismo: dinamizador de la economía para la vida y la justicia social.

A partir de lo expuesto, la Secretaria de Turismo ha identificado necesidades de la ciudad, que se encuentran plasmados como metas en el **Plan Distrital de Desarrollo 2024-2027 «CARTAGENA, CIUDAD DE DERECHOS»**, así:

1) Línea Estratégica: **DESARROLLO ECONÓMICO EQUITATIVO**, componente impulsor de avance, en el cual, se desarrolla el programa **PROMOCIÓN TURÍSTICA**, que pretende *«(...) La promoción del destino, su oferta de productos y experiencias en turismo a nivel local, nacional e internacional, y el fortalecimiento de la conectividad aérea, marítima, fluvial y terrestre es el objetivo del presente programa, con el fin de atraer al destino un turismo responsable con el entorno y la comunidad presente en el territorio. Con el fin de consolidar la oferta turística, se implementará la estrategia de desarrollo y promoción de productos y experiencias en todos los segmentos de turismo (como por ejemplo comunitario, naturaleza, marino – costero, deportivo, cultural, gastronómico, religioso, MICE, romance, bienestar, médico, SMERF, entre otros), con el fin de fortalecer y poner en el mercado, una agenda de ciudad que impacte la economía local. Adicionalmente, se desarrollarán procesos de investigación de mercados para fortalecer mercados priorizados y atraer mercados potenciales, que movilicen a Cartagena de Indias turistas con el perfil deseado. De igual forma, se establecerá un plan de marketing estratégico, a través del desarrollo y posicionamiento de la marca ciudad, resaltando los atractivos naturales culturales y autóctonos, brindando una experiencia turística integral. El posicionamiento del destino se realizará a través de campañas de promoción de destino en medios tradicionales y no tradicionales; así como de acciones de promoción en el destino con público especializado, convirtiendo a Cartagena de Indias en referente para la sede de eventos de reconocimiento global. De igual forma, el destino participará en eventos especializados en turismo, como ferias workshops, famtrips, presstrips, misiones comerciales, locales, nacionales e internacionales como forma de acercar el tejido empresarial y las nuevas tendencias del turismo.»*

El programa plasmó las siguientes metas para el cuatrienio:

Indicador de producto	Línea base	Meta del cuatrienio	Responsable	Población	Clasificación del producto	
					Bien	Servicio
Campañas de divulgación para la promoción y conectividad desarrolladas	4 campañas realizadas en el cuatrienio 2020-2023 Fuente: Corpoturismo, 2023	Desarrollar cuatro (4) campañas de divulgación para la promoción turística y conectividad	Secretaría de Turismo Corpoturismo	1.059.626 habitantes	X	
Eventos especializados con participación del Distrito	56 eventos con participación del Distrito Fuente: Corpoturismo, 2023	Participar en sesenta (60) eventos especializados	Secretaría de Turismo Corpoturismo	1.059.626 habitantes	X	
Productos turísticos desarrollados	0 Fuente: Corpoturismo, 2023	Desarrollar cuatro (4) productos turísticos	Secretaría de Turismo Corpoturismo	1.059.626 habitantes	X	
Eventos de ciudad con impacto nacional e internacional implementados en Cartagena	N.D.	Implementar cinco (5) eventos de ciudad	Secretaría de Turismo Corpoturismo	1.059.626 habitantes		X

Del programa, se deriva un proyecto de inversión denominado **FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CARTAGENA DE INDIAS**, el cual, tiene como metas:

“Desarrollar cuatro (4) campañas de divulgación para la promoción turística y conectividad.

Participar en sesenta (60) eventos especializados con participación del Distrito.

Desarrollar cuatro (4) productos turísticos.

Implementar cinco (5) eventos de ciudad de impacto nacional e internacional.”

El presente proyecto tiene como objetivo desarrollar estrategias de promoción turística tales como el desarrollo y promoción de productos/experiencias turísticas en todos los segmentos del turismo. Esto incluye la implementación de un plan de marketing estratégico enfocado en la creación y posicionamiento de la marca ciudad. Estas estrategias se llevarán a cabo mediante el uso de medios tradicionales y no tradicionales, la participación en eventos especializados en turismo, y el desarrollo de investigaciones de mercado para fortalecer el perfilamiento de la estrategia.

Adicionalmente, se establecerá una agenda de eventos de ciudad que permita no solo resaltar las características únicas del destino, sino también fortalecer la imagen de ciudad, percepción y satisfacción del turista, fomentando su regreso al destino y a su vez, el desarrollo económico y sostenible de la ciudad.

Bajo ese contexto, la Secretaría de Turismo propone la realización de actividades de promoción de la ciudad como destino turístico, en aras de impactar, entre otros aspectos los siguientes sectores:

Económicos:

- Incrementar el número de visitas de turistas y cartageneros a consumir experiencias Culturales, gastronómicas, naturaleza y deportes náuticos del destino, esto se traduce en dinamizar la economía del sector.
- Incentivar el número de visitas de cruceristas al destino y de esta manera fomentar la pernoctación, prolongación de la estadía en la ciudad e incrementar el gasto promedio por visitante.

Promoción:

- Fortalecer la imagen de la ciudad que permita el posicionamiento de Cartagena de Indias como destino líder a nivel nacional y de la región.



- Acciones de promoción de destino local, Nacional e internacional: Atracción de viajeros, tanto de nichos de mercado específicos como de los principales mercados emisores, mediante campañas promocionales atractivas e impactantes, que sirva de apoyo al objetivo de estimular la demanda de viajes hacia Cartagena de Indias.
- Acciones de promoción de destino local, Nacional e internacional.
- Mantenimiento de la conectividad aérea directa de Cartagena de Indias con los principales destinos nacionales
- El fortalecimiento de la conectividad hacia Cartagena de Indias, en línea con el perfil del viajero y el mercado objetivo, se traduce en el mantenimiento de rutas aéreas nacionales e internacionales, así como en la consolidación de la conectividad marítima y fluvial.
- Fortalecimiento de Cartagena como destino de eventos: Con el desarrollo de una oferta de productos y eventos culturales conmemorativos en el destino, se busca atraer a más viajeros a Cartagena de Indias a nivel nacional e internacional, consolidando así la ciudad como sede de importantes eventos.
- Diseño y Elaboración de Material promocional de Destino y de Turismo responsable: Se espera dar a conocer el destino en diferentes espacios (Eventos especializados en turismo, puntos de información turísticas) y que este permita el posicionamiento y la recordación del destino y que pueda servir para incentivar nuevos visitantes a Cartagena de Indias.

Social:

- Sensibilizar a los integrantes del sector del turismo de la ciudad y a la comunidad en general, sobre la importancia relacionada en el desarrollo de estrategias de promoción del turismo.
- Contribuir al mejoramiento de la imagen y reputación de Cartagena de Indias.

2) Línea Estratégica: DESARROLLO ECONÓMICO EQUITATIVO, componente impulsor de avance, en el cual, se desarrolla el programa **SEGURIDAD, VIGILANCIA Y CONTROL PARA UN TURISMO RESPONSABLE**, en el que se indica:

«(...) La seguridad turística es la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras. Esta es una de las condiciones fundamentales para el fortalecimiento de la competitividad del turismo en Cartagena de Indias, por lo que se hace necesario implementar mecanismos de coordinación y de gestión, para que la actividad turística consolide su producto, se valore su importancia socioeconómica y se garantice su calidad.

La calidad en la seguridad turística se engloba en seguridad pública, seguridad ambiental, seguridad social, seguridad médica, seguridad informativa, seguridad económica, seguridad de los servicios turísticos y seguridad en eventos.

Por tal motivo, es necesario promover los procesos de articulación, mediante la formulación de un plan estratégico que involucre a todos los actores vinculados a la actividad turística en los ámbitos público y privado.

Por lo anterior, el programa posicionará a Cartagena de Indias como un destino seguro y confiable que favorece la promoción del destino a nivel nacional e internacional. Como parte integral del Plan de Desarrollo, se implementarán estrategias que aborden el control y la prevención de los prestadores de servicios turísticos, la vigilancia de los atractivos y actividades turísticas, así como el fortalecimiento de la información y orientación al turista. Esto incluirá una cobertura disponible de autoridades de turismo en lugares estratégicos, asegurando su presencia tanto en sitios efectivos como en eventos donde se desarrolla la actividad turística.»

El programa plasmó las siguientes metas para el cuatrienio:



Indicador de producto	Línea base	Meta del cuatrienio	Responsable	Población	Clasificación del producto	
					Bien	Servicio
Documento de lineamientos para el manejo del sector turismo elaborados	0 Fuente: Secretaría de Turismo, 2024	Elaborar cuatro (4) documentos de lineamientos para el manejo del sector turismo	Secretaría de Turismo	1.059.626 habitantes		X
Centro de Atención al Turista en funcionamiento en el Distrito (zona insular y urbana)	4 Centros de Atención al Turista en funcionamiento a corte 2023 Fuente: Secretaría de Turismo, 2024	Poner en funcionamiento seis (6) Centros de Atención al Turista en el Distrito	Secretaría de Turismo	1.059.626 habitantes		X
Equipamientos para brigadistas y guardavidas del Distrito entregados	61 equipamientos entregados a corte 2023 Fuente: Secretaría de Interior, 2023	Entregar trescientos sesenta (360) equipamientos para brigadistas y guardavidas del Distrito	Secretaría de Turismo	1.059.626 habitantes		X
Número de personas líderes y autoridades turísticas vinculadas a procesos de formación	160 líderes y autoridades vinculados a corte 2023 Fuente: Secretaría de Turismo, 2024	Vincular a trescientos veinte (320) personas líderes y autoridades turísticas a procesos de formación	Secretaría de Turismo	1.059.626 habitantes		X

Del programa, se deriva un proyecto de inversión denominado **DESARROLLO DE ACCIONES PARA LA SEGURIDAD, VIGILANCIA Y CONTROL PARA UN TURISMO ORDENADO Y RESPONSABLE EN CARTAGENA DE INDIAS**, el cual, consiste en desarrollar estrategias, acciones e instrumentos normativos que fortalezcan la seguridad, vigilancia y control en el Distrito de Cartagena de Indias. Estas estrategias se implementan para proteger la vida y la integridad física, y abarcan aspectos sociales, políticos y económicos, permitiendo que la actividad turística se desarrolle en un entorno de tranquilidad y confianza.

Paralelamente, el proyecto tiene como objetivo poner en funcionamiento dos Centros de Atención al Turista, asegurando que estos cuenten con espacios adecuados y en óptimas condiciones para atender quejas, reclamos, dudas e inquietudes de los turistas, así como brindar apoyo y asesoría en diversos trámites que requieran, lo que se realizará a través de distintas contrataciones en las que se exigirán las actividades necesarias para el éxito del objetivo.

Bajo ese contexto, la Secretaría de Turismo propone la generación y realización de actividades de fortalecimiento y divulgación de información en apoyo a los Centros de Atención al Turismo físicos, con la implementación de CAT's móviles en el Distrito, con formación bilingüe e información de apoyo constantes a los visitantes del corralito de piedra, tanto de rango nacional como internacional, garantizando la experiencia durante la estancia en el Distrito, que se refleje en el fortalecimiento de sector turismo de la ciudad.

Lo anterior, en aras de garantizar el disfrute y experiencia de los visitantes locales y extranjeros.

Con base en los principios de eficacia, eficiencia y economía, es fundamental optimizar la comunicación institucional para alcanzar el mayor cubrimiento posible al menor costo. Para lograr esto, es esencial contar con gestores creativos de alta calidad que diseñen campañas publicitarias efectivas no convencionales. De esta manera, se garantiza que la mejor publicidad llegue a un mayor número de ciudadanos, informándoles sobre el uso de los recursos públicos y fomentando un control efectivo sobre el gasto. Esto, a su vez, promueve la participación activa y decidida de la ciudadanía en la construcción de una sociedad más viable y sostenible.

Adicionalmente, planificar la comunicación pública, parte del diseño de las estrategias de direccionamiento, creatividad, difusión, selección y ejecución de las campañas, todo bajo el entendido que cada proceso tiene una



complejidad que requiere de personal y empresas.

La implementación de planes de medios no convencionales permite garantizar la amplia difusión de las campañas y mensajes institucionales, así como la socialización de la oferta de servicios distritales, permite avanzar en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de comunicación, en la medida que incrementan el alcance y visibilidad de las campañas y mensajes para llegar a una audiencia más amplia y diversa, a través de medios no tradicionales, como las plataformas digitales, figuras representativas en el sector gastronómico, cultural, entre otros medios de impacto audiovisual. Aunado a lo anterior, la repetición y solidez de los mensajes institucionales a través de las diferentes estrategias de comunicación no convencional, permiten fortalecer e ilustrar las actividades derivadas de los proyectos de inversión a cargo de la Secretaría de Turismo.

Para la materialización de propósitos y en cumplimiento de las necesidades de la población, que se satisfacen mediante la función pública, las entidades públicas están llamadas a cumplir con los fines esenciales del estado, mediante los procesos de contratación enmarcados en el Estatuto General de la Contratación Estatal. Donde resulta pertinente y oportuno conforme con el decreto 1082 de 2015, la obligación de justificar la necesidad que tienen las Entidades Estatales, mediante la realización de estudios y documentos previos, en los cuales deben quedar expuestas las razones por las cuales se requiere o es indispensable contratar determinado bien, servicio, obra o labor.

La planeación, por tanto, sin importar el régimen contractual al cual esté sometida una entidad pública, tiene una expresión normativa clara: la elaboración y el desarrollo de los estudios previos.

Los proyectos de inversión que la Administración Distrital se propone ejecutar a través del contrato que se prevé celebrar, se encuentran inscritos en el Banco de Programas y Proyectos de Inversión del Distrito de Cartagena, con el código BPIN 202400000003916 y 202400000003737.

Que atendiendo lo dispuesto en la ley 152 de 1.994 y el numeral 12 del artículo 25 de la ley 80 de 1.993, en la forma en que fue modificado por el artículo 87 de la ley 1474 de 2011. De igual forma, el objeto del contrato que la administración Distrital se propone celebrar se encuentra incluido dentro del Plan Anual de Adquisiciones de Bienes, Obras y Servicios del Distrito de Cartagena de la vigencia 2026, y está en consonancia con el Plan de Acción Distrital.

Para llevar a cabo la ejecución del proyecto de inversión que viene referenciado, el Distrito de Cartagena, cuenta, además, con los respectivos estudios y anexos técnicos que contienen las especificaciones de las actividades a ejecutar, elaborados por la Secretaría de Turismo, conforme lo previsto en el artículo 87 de la ley 1474 de 2011, el cual dispone:

«ARTÍCULO 87. MADURACIÓN DE PROYECTOS. El numeral 12 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993 quedará así:

(...)

12. Previo a la apertura de un proceso de selección, o a la firma del contrato en el caso en que la modalidad de selección sea contratación directa, **deberán elaborarse los estudios, diseños y proyectos requeridos**, y los pliegos de condiciones, según corresponda...»
(Subrayado fuera de texto)

Al ser una necesidad identificada por la Secretaría de Turismo para materializar las metas propuestas en el Plan de Desarrollo Distrital, de acuerdo con su objeto misional y al **Decreto No. 0167 de 11 de mayo de 2026**.

Que el Concejo Distrital de Cartagena expidió **Acuerdo No. 212 del 07 de septiembre de 2026** "Por medio del cual se efectúa una incorporación y un traslado entre unidades ejecutoras en el presupuesto de rentas,
Página 7 de 35

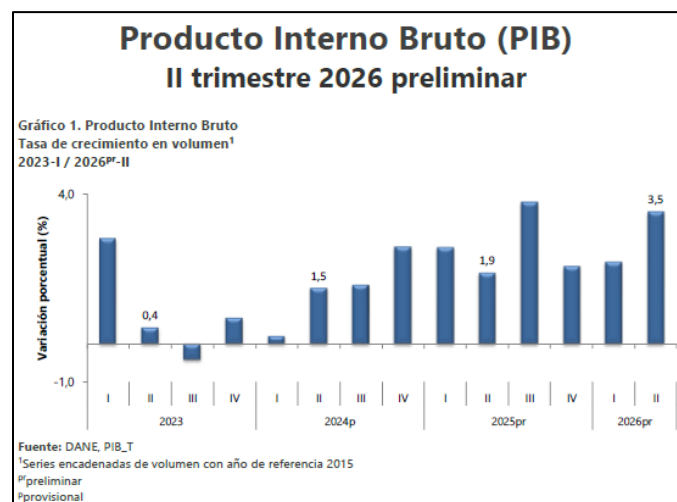
recursos de capital, recursos de fondos especiales y establecimientos públicos, así como los gastos de funcionamiento, servicio de la deuda e inversiones para la vigencia fiscal del primero (01) de enero al treinta y uno (31) de diciembre de dos mil veintiséis 2026, del Distrito Turístico y Cultural de Cartagena y se dictan otras disposiciones”, entre ellos, corresponde a la Secretaria de Turismo la incorporación por la suma de TRES MIL MILLONES DE PESOS (\$3.000.000.000,00) MCTE y traslado por la suma de CINCO MIL TRESCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$5.300.000.000) MCTE.

Posteriormente, el Alcalde Mayor **expidió Decreto No. 0400 de 11 de septiembre de 2026** “*Por el cual se efectúa una liquidación en el Sistema de Presupuesto Distrital del Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias, Vigencia Fiscal 2026, según Acuerdo 212 de 2026 y se dictan otras disposiciones*”.

De acuerdo con la exposición precedente, la Administración Distrital de Cartagena se propone materializar el proyecto de inversión, mediante su ejecución, para lo cual requiere llevar a cabo un proceso de selección, que permita escoger al contratista que ejecute el contrato cuyo objeto es: **«PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ESTRATÉGICO DEL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN A CARGO DE LA SECRETARIA DE TURISMO DEL DISTRITO DE CARTAGENA»**.

INDICADORES ECONÓMICOS.

Teniendo en cuenta que la actividad que satisface la necesidad pertenece a las actividades de servicio, a continuación, se presenta su participación en la economía nacional tomando como fuente de información el Boletín Técnico Producto Interno Bruto (PIB) II trimestre 2026, Boletín Técnico índice de precios al consumidor a septiembre 2026 y el Boletín Técnico de los Principales indicadores del mercado laboral de agosto de 2026 y demás indicadores económicos relacionados con el proceso contractual.



En el segundo trimestre de 2026pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 3,5% respecto al mismo periodo de 2025pr (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación;



Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 10,0% (contribuye 1,7 puntos porcentuales a la variación anual).

- *Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 2,2% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).*

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

Durante el primer semestre de 2026pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 2,9%. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- *Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 7,9% (contribuye 1,3 puntos porcentuales a la variación anual).*

- *Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 6,3% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).*

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 1,3%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- *Construcción crece 6,4%.*

- *Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 4,0%.*

- *Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental crece 2,8%.*

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

Fuente: DANE, PIB_T

En el segundo trimestre de 2026^{pr}, el valor agregado de las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 9,5% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025^{pr}. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 13):

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 10,4%.
- Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 4,1%.

Tabla 13. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ¹ Tasas de crecimiento en volumen ² Segundo trimestre 2026 ^{Pr}			
Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026 ^{Pr} -II / 2025 ^{Pr} -II	2026 ^{Pr} / 2025 ^{Pr}	2026 ^{Pr} -II / 2026 ^{Pr} -I
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	10,4	7,2	4,8
Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores ³	4,1	0,9	1,6
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades¹	9,5	6,3	4,0

Fuente: DANE, PIB_T

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios;

actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece en 4,0%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios crece 4,8%.
- Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 1,6%

Tabla 14. Componentes del gasto
Tasas de crecimiento en volumen¹
Segundo trimestre 2026^{pr}

Componentes del gasto	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026 ^{pr} -II / 2025 ^{pr} -II	2026 ^{pr} / 2025 ^{pr}	2026 ^{pr} -II / 2026 ^{pr} -I
Gasto de consumo final ²	4,4	4,3	1,2
Formación bruta de capital ³	7,1	0,8	8,7
Exportaciones	-1,0	0,3	-0,9
Importaciones	7,5	5,6	5,1
Producto Interno Bruto	3,5	2,9	1,3

Fuente: DANE, PIB_T
^{pr}preliminar
¹Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.
²El gasto en consumo final incluye el gasto de consumo final individual de los hogares; gasto de consumo final de las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares y gasto de consumo final del gobierno general.
³La formación bruta de capital incluye la formación bruta de capital fijo, la variación de existencias y la adquisición menos disposición de objetos valiosos.

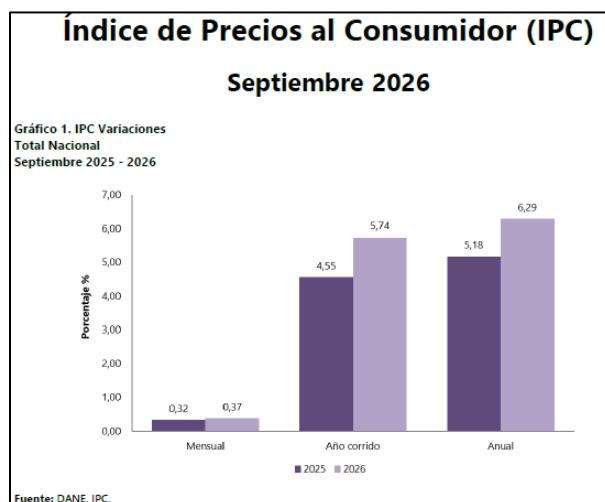
Desde el enfoque del gasto, En el segundo trimestre de 2026^{pr}, el Producto Interno Bruto en su serie original crece 3,5% respecto al mismo periodo de 2025^{pr}. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos del componente del gasto (ver tabla 14):

- Gasto en consumo final crece 4,4%.
- Formación bruta de capital crece 7,1%.
- Exportaciones decrecen 1,0%.
- Importaciones crecen 7,5%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto crece en 1,3%, en su serie ajustada por efecto estacional y calendario. Cuando se observa el comportamiento de sus componentes:

- Gasto en consumo final crece 1,2%.
- Formación bruta de capital crece 8,7%.
- Exportaciones decrecen 0,9%.
- Importaciones crecen 5,1%.

ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR



En el mes de septiembre de 2026, el IPC registró una variación de 0,37% en comparación con agosto de 2026, dos divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional: Educación (1,43%) y, por último, Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,78%). Por debajo se ubicaron: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,31%), Restaurantes y hoteles (0,28%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,23%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,23%), Transporte (0,13%), Salud (0,12%), Prendas de vestir y calzado (0,10%), Bienes y servicios diversos (0,05%), Información y comunicación (-0,02%) y, por último, Recreación y cultura (-0,21%).

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

Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	2025		2026	
			Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)
Educación	4,41	1,39	0,06	1,43	0,06	
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,18	0,03	0,78	0,15	
TOTAL	100,00	0,32	0,32	0,37	0,37	
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,31	0,10	0,31	0,09	
Restaurantes y hoteles	9,43	0,20	0,02	0,28	0,03	
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	1,07	0,02	0,23	0,00	
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,16	0,01	0,23	0,01	
Transporte	12,93	0,11	0,01	0,13	0,02	
Salud	1,71	0,60	0,01	0,12	0,00	
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,23	0,01	0,10	0,00	
Bienes y servicios diversos	5,36	0,44	0,02	0,05	0,00	
Información y comunicación	4,33	1,43	0,04	-0,02	0,00	
Recreación y cultura	3,79	-0,16	0,00	-0,21	-0,01	

Fuente: DANE, IPC

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



Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,37%), se ubicaron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Educación, las cuales aportaron 0,30 puntos porcentuales a la variación total

Cuadro 2. IPC Variación y contribución mensual Por principales subclases Septiembre 2026		
Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Arriendo imputado	0,47	0,06
Hortalizas y legumbres frescas	9,10	0,05
Arriendo efectivo	0,46	0,04
Papas	7,29	0,03
Educación preescolar y básica primaria	2,09	0,03
Tomate	10,47	0,03
Educación secundaria	2,43	0,03
Transporte de pasajeros y equipaje en avión	12,25	0,02
Carne de res y derivados	0,74	0,02
Huevos	2,29	0,02

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

En septiembre de 2026 en comparación con agosto de 2026, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: arriendo imputado (0,47%), hortalizas y legumbres frescas (9,10%), arriendo efectivo (0,46%), papas (7,29%), educación preescolar y básica primaria (2,09%), tomate (10,47%), educación secundaria (2,43%), transporte de pasajeros y equipaje en avión (12,25%), carne de res y derivados (0,74%) y huevos (2,29%). Las subclases con mayores aportes negativos a la variación fueron: vehículo particular nuevo o usado (-1,05%), legumbres secas (-2,49%), gas (-0,51%), café y productos a base de café (-1,21%) y artículos en oro, plata y piedras preciosas y su reparación (-2,91%).

Cuadro 4. IPC Variación y contribución año corrido Por principales subclases Septiembre 2026		
Subclases	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	7,49	0,57
Arriendo imputado	4,13	0,53
Transporte urbano	10,44	0,50
Arriendo efectivo	4,21	0,39
Frutas frescas	29,25	0,38
Carne de res y derivados	11,25	0,28
Electricidad	7,24	0,25
Papas	67,70	0,21
Servicios relacionados con la copropiedad	16,96	0,21
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	7,00	0,17

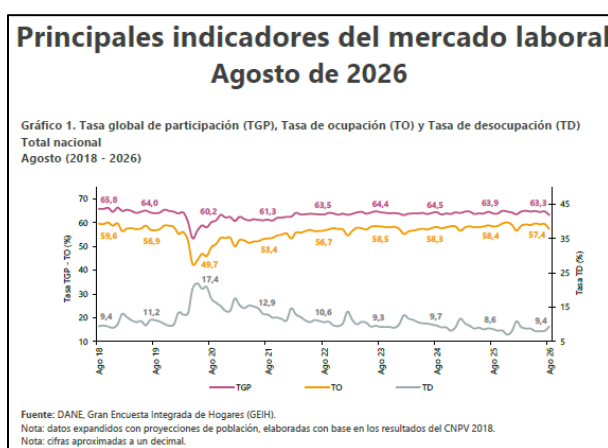
Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

En septiembre de 2026 en comparación con diciembre de 2025, la variación de las subclases que más aportaron al acumulado del año fueron: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (7,49%), arriendo imputado (4,13%), transporte urbano (10,44%), arriendo efectivo (4,21%), frutas frescas (29,25%), carne de res y derivados (11,25%), electricidad (7,24%), papas (67,70%), servicios relacionados con la copropiedad (16,96%) y comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (7,00%). Las

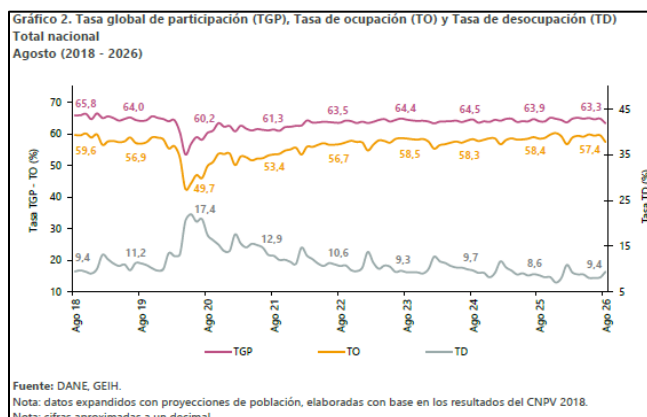
mayores contribuciones negativas a la variación se ubicaron en: vehículo particular nuevo o usado (-3,43%), plátanos (-12,24%), legumbres secas (-10,41%), carne de cerdo y derivados (-5,39%) y dulces, confites, caramelos, bombones, chocolatinas (-18,28%).

DESEMPLEO

Para el mes de agosto de 2026, la tasa de desocupación del total nacional fue 9,4%, mientras que en el mismo mes de 2025 fue 8,6%. La tasa global de participación se ubicó en 63,3%, en tanto que en agosto de 2025 fue 63,9%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 57,4%, lo que representó una disminución de 1,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (58,4%).



En agosto de 2026, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 9,1%, lo que representó un aumento de 1,3 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (7,8%). La tasa global de participación se ubicó en 65,8%, mientras que en agosto de 2025 fue 66,7%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 59,8%, lo que representó una disminución de 1,8 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (61,5%).



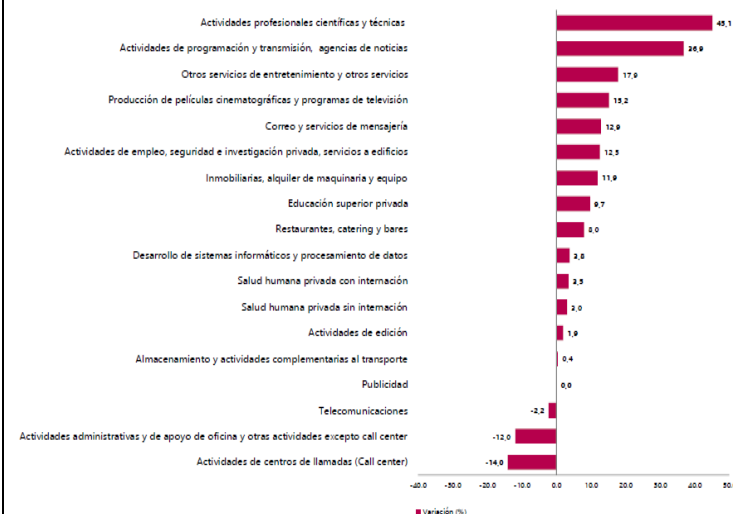
SERVICIOS

Encuesta Mensual de Servicios (EMS) Julio de 2026^P

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios

Total nacional

Julio (2026/2025)^P



Fuente: DANE, EMS.

^P Cifra provisional

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

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios

Total nacional

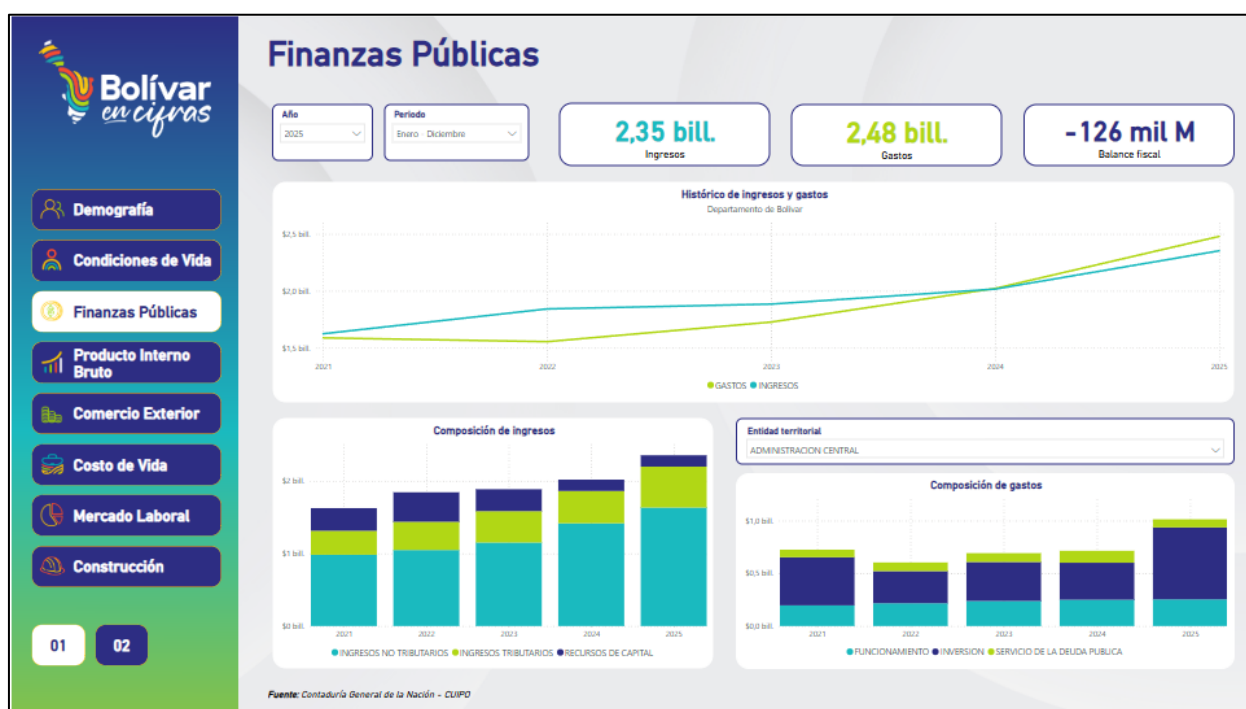
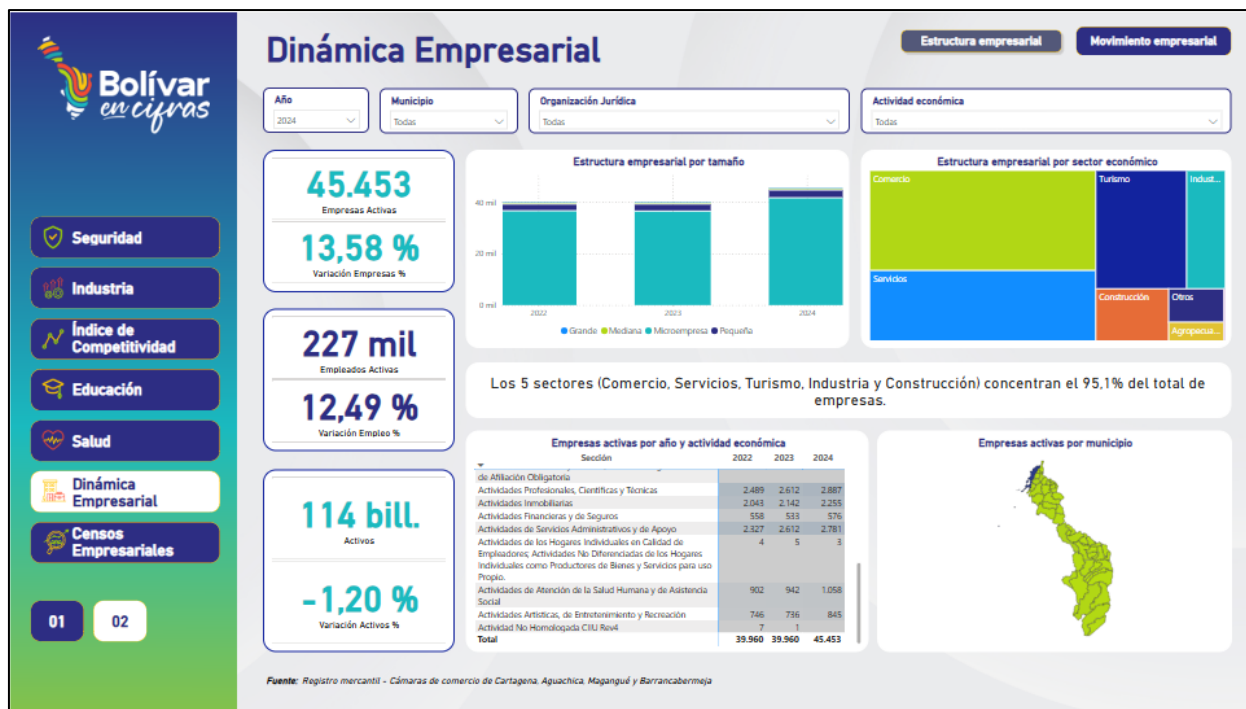
Julio (2026/2025)^P

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.		Descripción	Ingresos nominales				Ingresos por servicios		Ventas de Mercaderías		Otros ingresos	
Sección	División		Variación (%)		Contribución (pp)		Contribución (pp)		Contribución (pp)		Contribución (pp)	
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	0,4		0,1		-0,0		0,4		0,4	
H	División 53	Comeo y servicios de mensajería	12,9		11,8		-0,0		1,1		1,1	
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	8,0		6,8		1,1		0,1		0,1	
J	División 58	Actividades de edición	1,9		-8,2		-0,3		10,4		10,4	
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	15,2		4,8		6,5		4,0		4,0	
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	36,9		29,3		-0,1		7,7		7,7	
J	División 61	Telecomunicaciones	-2,2		1,6		-4,1		0,2		0,2	
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	3,8		2,2		1,6		-0,0		-0,0	
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	11,9		12,3		-0,4		-0,0		-0,0	
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7520, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	45,1		45,0		0,0		-0,0		-0,0	
M	Clase 7310	Publicidad	0,0		0,0		0,0		-0,0		-0,0	
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	12,5		12,6		-0,1		-0,0		-0,0	
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-14,0		-14,0		0,0		-0,0		-0,0	
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto Call center	-12,0		-12,4		0,0		0,4		0,4	
P	Grupo 854	Educación superior privada	9,7		8,5		-0,0		1,2		1,2	
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	3,5		3,6		-0,2		0,1		0,1	
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	3,0		2,7		0,4		-0,1		-0,1	
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	17,9		14,0		0,9		3,1		3,1	

Fuente: DANE, EMS.

En lo corrido de 2026, dieciséis de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos, quince presentaron variación negativa en el personal ocupado total y todos los subsectores presentaron incrementos en los salarios, en comparación con el mismo periodo de 2025.

OTROS



TASA REPRESENTATIVA DEL MERCADO – TRM.



<https://dolar.wilkinsonpc.com.co/2026-10-08>

SALARIO MÍNIMO 2026

En 2026 el salario mínimo en Colombia aumentará un 23 %, mientras que el auxilio de transporte incrementará un 24,5 %. Como sucede cada año, este ajuste beneficiará a cerca de 2,4 millones de trabajadores que devengan el salario mínimo. Ambos valores aplican a partir del 1 de enero de 2026.

A continuación, se hace mención de los históricos del salario mínimo y auxilio de transporte en Colombia a lo largo de los años. Es:

Año	Salario mínimo mensual	Auxilio de Transporte	Normatividad Decreto
2026	1.750.905	249.095	2460-2470 de dic 29 de 2025
2025	1.423.500	200.000	1572 – 1573 de dic 24 2024
2024	1.300.000	162.000	2292 de dic 29 de 2023
2023	1.160.000	140.606	2450 de dic 15 de 2022
2022	1.000.000	117.172	1724 de dic 15 de 2021
2021	908,526	106,454	1786 de dic 29 de 2020
2020	877,803	102,854	2360 de dic 26 de 2019
2019	828,116	97,032	2451 de dic 27 de 2018
2018	781,242	88,211	2269 de dic 30 de 2017
2017	737,717	83,140	2209 de dic 30 de 2016
2016	689,455	77,700	2552 de dic 30 de 2015
2015	644,350	74,000	2731 de dic 30 de 2014
2014	616,000	72,000	3068 de dic 30 de 2013
2013	589,500	70,500	2738 de dic 28 de 2012
2012	566,700	67,800	4919 de dic 26 de 2011
2011	535,600	63,600	033 de enero 11 de 2011



2. ASPECTO TÉCNICO

Las actividades y/o servicios a ejecutar se encuentran en los estudios previos y anexo técnico del proceso de contratación.

VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO:

El costo estimado del Contrato corresponde a y demás impuestos, tasas, gravámenes, retenciones y contribuciones que se causen a causa de la celebración del contrato, ejecución y liquidación.

Nota 1: La adjudicación del presente proceso de selección se efectuará sobre el total del valor total estimado. La determinación de los aspectos relacionados con el precio se efectuó teniendo en cuenta el análisis económico del estudio de mercado, permitiendo definir el valor promedio de los precios unitarios.

Nota 2: El presupuesto se ejecutará previa autorización de los servicios por parte del Distrito de Cartagena, a partir del diagnóstico entregado por el contratista.

Nota 3: El Contrato que se celebre en caso de resultar adjudicado será contratos a precios unitarios a monto agotable.

3. CONTEXTO REGULATORIO

El artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, referidos a las modalidades de selección del contratista en la contratación pública, prevé, que las entidades escogerán a los contratistas a través de las siguientes modalidades de la selección: i) Licitación pública, ii) selección abreviada, iii) Concurso de méritos, iv) contratación directa y v) mínima cuantía.

A su turno, el literal b del numeral 2 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, dispone:

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

El Gobierno Nacional reglamentará la materia.

Serán causales de selección abreviada las siguientes:

(...)

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

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

Las que tengan un presupuesto anual superior o igual a 850.000 salarios mínimos legales mensuales e inferiores a

1.200.000 salarios mínimos legales mensuales, la menor cuantía será hasta 850 salarios mínimos legales mensuales.

Las que tengan un presupuesto anual superior o igual a 400.000 salarios mínimos legales mensuales e inferior a



850.000 salarios mínimos legales mensuales, la menor cuantía será hasta 650 salarios mínimos legales mensuales.

Las que tengan un presupuesto anual superior o igual a 120.000 salarios mínimos legales mensuales e inferior a

400.000 salarios mínimos legales mensuales, la menor cuantía será hasta 450 salarios mínimos legales mensuales.

Las que tengan un presupuesto anual inferior a 120.000 salarios mínimos legales mensuales, la menor cuantía será hasta 280 salarios mínimos legales mensuales.»

Así las cosas, la modalidad de selección aplicable al proceso de contratación, será la de selección abreviada de menor cuantía, de conformidad con lo establecido en el artículo precitado, reglamentado a través del artículo 2.2.1.2.1.2.20 del Decreto 1082 de 2015 que a la letra establece:

«Artículo 2.2.1.2.1.2.20. Procedimiento para la selección abreviada de menor cuantía. Además de las normas generales establecidas en el presente título, las siguientes reglas son aplicables a la selección abreviada de menor cuantía:

En un término no mayor a tres (3) días hábiles contados a partir de la fecha de apertura del Proceso de Contratación los interesados deben manifestar su intención de participar, a través del mecanismo establecido para el efecto en los pliegos de condiciones.

Si la Entidad Estatal recibe más de diez (10) manifestaciones de interés puede continuar el proceso o hacer un sorteo para seleccionar máximo diez (10) interesados con quienes continuará el Proceso de Contratación. La Entidad Estatal debe establecer en los pliegos de condiciones si hay lugar a sorteo y la forma en la cual lo hará.

Si hay lugar a sorteo, el plazo para la presentación de las ofertas empezará a correr el día hábil siguiente a la fecha en la cual la Entidad Estatal informe a los interesados el resultado del sorteo.

La Entidad Estatal debe publicar el informe de evaluación de ofertas durante tres (3) días hábiles.»

De suerte que el procedimiento corresponde al de la menor cuantía, como quiera que el valor del objeto a contratar no excede la menor cuantía del Distrito de Cartagena, la cual se encuentra a partir de los 1000 SMMLV para la vigencia fiscal 2026.

ANÁLISIS SOBRE LA LIMITACIÓN DE CONVOCATORIA A MIPYME

El artículo 12 de la Ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 34 de la Ley 2069 de 2020 establece:

«Artículo 12. Promoción del desarrollo en la contratación pública. De conformidad con lo dispuesto en los artículos [13](#), [333](#) y [334](#) de la Constitución Política, el Gobierno Nacional definirá las condiciones y los montos de acuerdo con los compromisos internacionales vigentes, para que, en desarrollo de los Procesos de Contratación, las Entidades Estatales indistintamente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, adopten en beneficio de las Mipyme, convocatorias limitadas a estas en las que, previo a la Resolución de apertura del proceso respectivo, se haya manifestado el interés de por lo menos dos (2) Mipyme.

Asimismo, el reglamento podrá establecer condiciones preferenciales en favor de la oferta de bienes y servicios producidos por las Mipyme, respetando los montos y las condiciones contenidas en los compromisos internacionales vigentes, cuando sean aplicables.

En todo caso, se deberá garantizar la satisfacción de las condiciones técnicas y económicas requeridas en el Proceso de Contratación.

De igual forma, en los pliegos de condiciones dispondrán, de mecanismos que fomenten en la ejecución de los contratos estatales la provisión de bienes y servicios por población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y, sujetos de especial protección constitucional en las condiciones que señale el reglamento; siempre que se garanticen las condiciones de calidad y cumplimiento del objeto contractual.

PARÁGRAFO 1º. En los Procesos de Contratación que se desarrollen con base en el primer inciso, las entidades podrán realizar las convocatorias limitadas que beneficien a las Mipyme del ámbito municipal o departamental correspondiente al de la ejecución del contrato.

PARÁGRAFO 2º. Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos [5](#) y [6](#) de la Ley 1150 de 2007, para que las Mipymes puedan participar en las convocatorias a las que se refiere este artículo, deberán acreditar como mínimo un año de existencia, para lo cual deberán presentar el certificado expedido por la cámara de comercio o por la autoridad que sea competente para dicha acreditación.

PARÁGRAFO 3º. En la ejecución de los contratos a que se refiere el presente artículo, las entidades y los contratistas, deberán observar lo dispuesto en los artículos [90](#) a [95](#) de la Ley 418 de 1997 y las normas que la modifiquen, adicionen o subroguen.».

A su turno, el Gobierno Nacional expidió el Decreto 1860 de 2021, que modificó la Subsección 2 de la Sección 4 del Capítulo 2 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1082 de 2015, y particularmente los artículos 2.2.1.2.4.2.2., 2.2.1.2.4.2.3. y 2.2.1.2.4.2.4., determinando lo siguiente:

«Artículo 2.2.1.2.4.2.2. Convocatorias limitadas a Mipyme. Las Entidades Estatales independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, deben limitar la convocatoria de los Procesos de Contratación con pluralidad de oferentes a las Mipyme colombianas con mínimo un (1) año de existencia, cuando concurren los siguientes requisitos:

1. El valor del Proceso de Contratación sea menor a ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$125.000), liquidados con la tasa de cambio que para el efecto determina cada dos años el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
2. Se hayan recibido solicitudes de por lo menos dos (2) Mipyme colombianas para limitar la convocatoria a Mipyme colombianas. Las Entidades Estatales independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, deben recibir estas solicitudes por lo menos un (1) día hábil antes de la expedición del acto administrativo de apertura, o el que haga sus veces de acuerdo con la normativa aplicable a cada Proceso de Contratación.

Tratándose de personas jurídicas, las solicitudes solo las podrán realizar Mipyme, cuyo objeto social les permita ejecutar el contrato relacionado con el proceso contractual.

PARÁGRAFO. Las cooperativas y demás entidades de economía solidaria, siempre que tengan la calidad de Mipyme, podrán solicitar y participar en las convocatorias limitadas en las mismas condiciones dispuestas en el presente artículo.

Artículo 2.2.1.2.4.2.3. Limitaciones territoriales. De conformidad con el parágrafo [1](#) del artículo [12](#) de la Ley 1150 de 2007, las Entidades Estatales, independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, pueden realizar convocatorias limitadas a Mipyme colombianas que tengan domicilio en los departamentos o municipios en donde se va a ejecutar el contrato. Cada Mipyme deberá acreditar su domicilio con los documentos a los que se refiere el siguiente artículo.

Artículo 2.2.1.2.4.2.4. Acreditación de requisitos para participar en convocatorias limitadas. La Mipyme colombianas deben acreditar que tiene el tamaño empresarial establecido por la ley de la siguiente manera:

1. Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público, adjuntando copia del registro mercantil.
2. Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligados a tenerlo, adjuntando copia del certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente para expedir dicha certificación.

Para la acreditación deberán observarse los rangos de clasificación empresarial establecidos de conformidad con la Ley [590](#) de 2000 y el Decreto [1074](#) de 2015, o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen.

PARÁGRAFO 1. En todo caso, las Mipyme también podrán acreditar esta condición con la copia del certificado del Registro Único de Proponentes, el cual deberá encontrarse vigente y en firme al momento de su presentación.

PARÁGRAFO 2. Para efectos de la limitación a Mipyme, los proponentes aportarán la copia del registro mercantil, del certificado de existencia y representación legal o del Registro Único de Proponentes, según corresponda conforme a las reglas precedentes, con una fecha de máximo sesenta (60) días calendario anteriores a la prevista en el cronograma del Proceso de Contratación para el inicio del plazo para solicitar la convocatoria limitada.

PARÁGRAFO 3. En las convocatorias limitadas, las Entidades Estatales independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, solo deberán aceptar las ofertas de Mipyme o de proponentes plurales integrados únicamente por Mipyme.

PARÁGRAFO 4. Los incentivos previstos en los artículos 2.2.1.2.4.2.2 y 2.2.1.2.4.2.3 de este Decreto no excluyen la aplicación de los criterios diferenciales para los emprendimientos y empresas de mujeres en el sistema de compras públicas.».



La Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente publicó en su portal un documento elaborado conjuntamente con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT, estableciendo el Umbral MiPymes para la vigencia 2026, equivalentes a \$125.000 US.

Bajo este entendido, el valor estimado para el presente proceso de contratación, supera el Umbral Pymes, luego entonces, **NO** resulta ser susceptible de ser limitado a Mipymes.

6. ACUERDO COMERCIAL

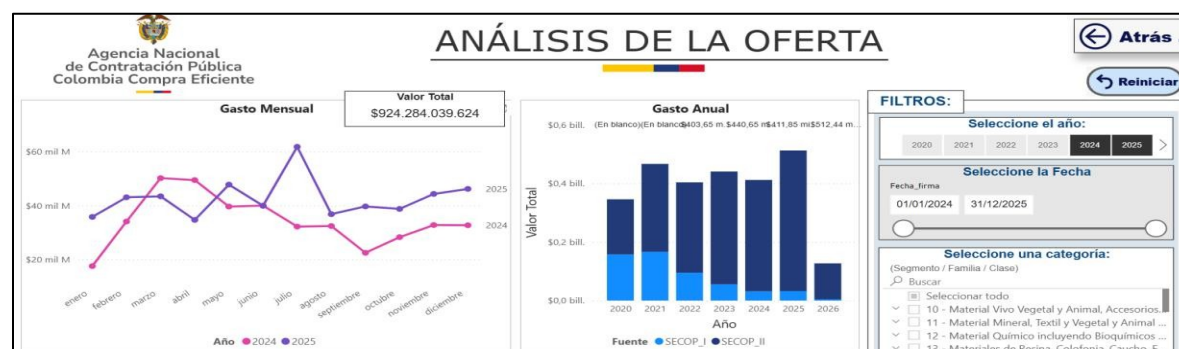
El Proceso de Contratación está cubierto por los siguientes Acuerdos Comerciales y por la Decisión 439 de la Secretaría de la Comunidad Andina de Naciones (CAN):

Acuerdo Comercial		Entidad Estatal incluida	Umbral	Excepción aplicable	Proceso de Contratación cubierto
Alianza Pacífico	Chile	SI	NO	-	NO
	México	NO	-	-	NO
	Perú	SI	NO	-	NO
Canadá		NO	-	-	NO
Chile		SI	NO	-	NO
Corea		NO	-	-	NO
Costa Rica		SI	NO	-	NO
Estados Unidos		NO	-	-	NO
Estados AELC		SI	NO	-	NO
México		NO	-	-	NO
Triángulo Norte	El Salvador	NO	-	-	NO
	Guatemala	SI	NO	-	NO
	Honduras	NO	-	-	NO
Unión Europea, Reino Unido e Irlanda del Norte		SI	NO	-	NO
Israel		NO	-	-	NO

En consecuencia, la Entidad concederá Trato Nacional a Proponentes y servicios de los Estados que cuenten con un Acuerdo Comercial que cubra el Proceso de Contratación. Adicionalmente, los Proponentes de Estados con los cuales el Gobierno Nacional haya certificado la existencia de Trato Nacional por reciprocidad recibirán este trato.

7. ESTUDIO DE LA OFERTA

La herramienta de Modelo de Abastecimiento Estratégico de La Agencia Nacional de Contratación Pública-Colombia Compra Eficiente, ofrece la herramienta de Modelo de Análisis de la Oferta para el sector clasificado con los códigos UNSPC del proceso de contratación en el territorio nacional, para las vigencias 2024 a 2025, se encontró la siguiente información.





Observando la imagen anterior, se destaca que a nivel nacional el gasto mensual, comparado con la vigencia anterior ha mantenido la tendencia, de igual forma se destaca los años 2024 y 2025 como los años en los que el gasto fue más elevados



8. ANÁLISIS DEL MERCADO

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 cifras estadísticas debido a que los establecimientos adscritos presenta los estados financieros con corte a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior al año que se está realizando el proceso de contratación y que dichas cifras son suministradas por 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 consiguiente, para comprender a las empresas hay que ubicarlas dentro de las ramas económicas a la cual pertenecen y que 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.):

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

DIVISIÓN 73 Publicidad y estudios de mercado.

Esta división comprende la creación de campañas de publicidad y la inserción de anuncios publicitarios en revistas, periódicos, programas de radio y televisión u otros medios de difusión, así como también el diseño de estructuras y sitios de exposición. También se incluye la realización de estudios de mercado.

Grupo 731 Clase 7310 Publicidad; Esta clase incluye:

- El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.
- La creación y la realización de campañas de publicidad que incluyen:
 - Creación y colocación de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio, televisión, Internet y otros medios de difusión.
 - Creación y colocación de anuncios de publicidad exterior; por ejemplo, mediante carteles, carteleras, tableros, boletines, decoración de vitrinas, diseño de salas de exhibición con fines publicitarios, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros.
 - Representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios.
 - Publicidad aérea.
 - Distribución y entrega de material publicitario o muestras.
 - Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias, etcétera.
 - Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición con fines publicitarios.

RESUMEN ESTADÍSTICO DE ALGUNOS INDICADORES FINANCIEROS REPRESENTATIVOS DE LOS POSIBLES OFERENTES.

Este análisis se realiza con el fin de garantizar la solvencia económica y patrimonial del proponente examinando su capacidad financiera reflejada en los Estados Financieros reportados en 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.

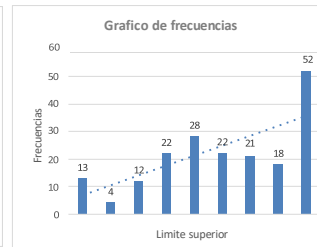
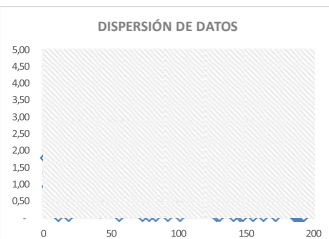
LIQUIDEZ

Mide la capacidad que tienen las empresas para cancelar sus obligaciones a corto plazo. Permite establecer la facilidad o dificultad que tienen los proponentes para pagar sus pasivos corrientes con el producto de convertir a efectivo sus activos corrientes.

El objeto principal de este análisis es la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones corrientes guardando un cierto margen de seguridad en previsión de alguna situación que ponga en riesgo la ejecución del futuro contrato. Entonces se puede decir que este indicador entre más alto se considera mejor.

TABLA DE FRECUENCIA

Marca	Frecuencia	F acumulada	% frecuencia
0,15	13	13	6,77%
0,46	4	17	8,85%
0,76	12	29	15,10%
1,07	22	51	26,56%
1,37	28	79	41,15%
1,68	22	101	52,60%
1,99	21	122	63,54%
2,29	18	140	72,92%
2,60	52	192	100,00%

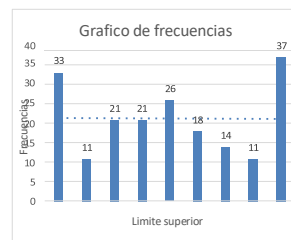
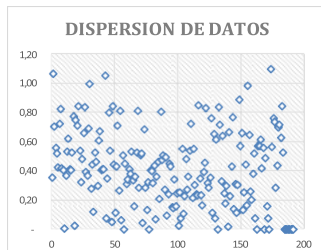


ENDEUDAMIENTO

Mide en qué grado y en qué forma participan los acreedores dentro de la empresa. Se trata de establecer el riesgo que corre la entidad, en el cumplimiento de objeto contractual y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento.

TABLA DE FRECUENCIA

Marca	Frecuencia	F acumulada	% frecuencia
0,11	33	33	17,19%
0,19	11	44	22,92%
0,27	21	65	33,85%
0,35	21	86	44,79%
0,42	26	112	58,33%
0,50	18	130	67,71%
0,58	14	144	75,00%
0,66	11	155	80,73%
0,73	37	192	100,00%

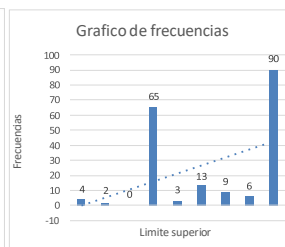
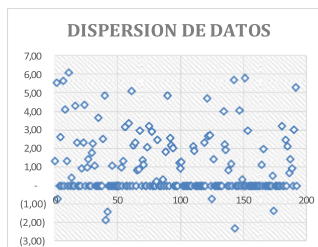


COBERTURA DE INTERESES

Establece la relación entre las utilidades operacionales de la empresa y sus gastos financieros, los cuales están a su vez en relación directa con el nivel de endeudamiento.

TABLA DE FRECUENCIA

Marca	Frecuencia	F acumulada	% frecuencia
-1,17	4	4	2,08%
-0,74	2	6	3,13%
-0,31	0	6	3,13%
0,12	65	71	36,96%
0,56	3	74	38,54%
0,99	13	87	45,31%
1,42	9	96	50,00%
1,85	6	102	53,13%
2,29	90	192	100,00%



RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO

Determina la rentabilidad del patrimonio del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el patrimonio. A mayor rentabilidad sobre el patrimonio, mayor es la rentabilidad de los accionistas y mejor la capacidad organizacional del proponente.

TABLA DE FRECUENCIA

Marca	Frecuencia	F acumulada	% frecuencia
0.11	54	54	28.13%
0.18	15	69	35.94%
0.25	18	87	45.31%
0.32	20	107	55.73%
0.38	17	124	64.58%
0.45	12	136	70.83%
0.52	6	142	73.96%
0.59	13	155	80.73%
0.66	1	156	81.25%
0.73	36	192	100.00%

DISPERSION DE DATOS

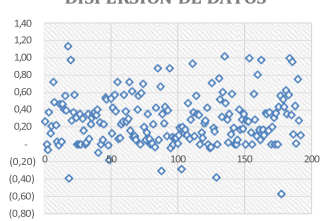
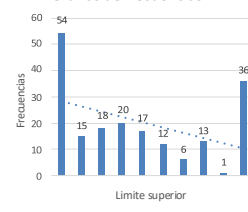


Gráfico de frecuencias



RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

Determina la rentabilidad de los activos del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo. A mayor rentabilidad sobre activos, mayor es la rentabilidad del negocio y mejor la capacidad organizacional del proponente. Este indicador debe ser siempre menor o igual que el de rentabilidad sobre patrimonio.

TABLA DE FRECUENCIA

Marca	Frecuencia	F acumulada	% frecuencia
0.07	85	85	44.27%
0.11	25	110	57.29%
0.15	19	129	67.19%
0.20	19	148	77.08%
0.24	10	158	82.29%
0.28	10	168	87.50%
0.32	2	170	88.54%
0.36	4	174	90.63%
0.40	18	192	100.00%

DISPERSION DE DATOS

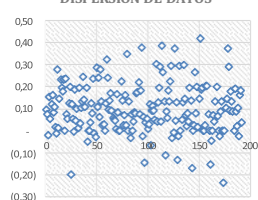
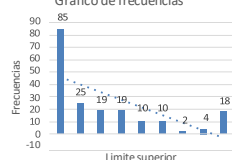


Gráfico de frecuencias



CAPACIDAD FINANCIERA Y ORGANIZACIONAL

La determinación de cada requisito habilitante debe estar enmarcada en el análisis y el concepto de lo que mide el indicador. Si el indicador representa una mayor probabilidad de Riesgo a medida que su valor es mayor, la Entidad Estatal debe fijar un valor máximo para el requisito habilitante. Si el indicador representa una menor probabilidad de Riesgo a medida que su valor es mayor, la Entidad Estatal debe fijar un mínimo.

Adicionalmente, los requisitos habilitantes exigidos deben guardar proporción con el objeto del contrato, su valor, complejidad, plazo, forma de pago y el Riesgo asociado al Proceso de Contratación.

Dada la información anterior, y teniendo en cuenta el análisis realizado, se recomiendan los siguientes indicadores financieros y organizacionales para la presente contratación:

Indicadores de capacidad financiera

- Para Mipyme y/o emprendimientos y empresas de mujeres.

El Proponente persona natural o jurídica que acredite la condición de Mipyme y/o Emprendimiento y Empresas de Mujeres de conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.13.2.2 del Decreto 1074 de 2015 y los artículos 2.2.1.2.4.2.4. y 2.2.1.2.4.2.14. del Decreto 1082 de 2015, o las normas que los modifiquen, sustituyan o complementen, acreditará los siguientes indicadores:



INDICADOR	FORMULA	MARGEN SOLICITADO
Liquidez	$\text{Activo corriente sobre pasivo corriente}$	Mayor o igual a 1,03
Nivel de endeudamiento	$\text{Pasivo total sobre activo total}$	Menor o igual al 0,74
Razón de Cobertura de intereses.	$\text{Utilidad operacional dividida por los gastos de intereses}$	Mayor o Igual a 0

- Para los demás proponentes

INDICADOR	FORMULA	MARGEN SOLICITADO
Liquidez	$\text{Activo corriente sobre pasivo corriente}$	Mayor o igual a 1,19
Nivel de endeudamiento	$\text{Pasivo total sobre activo total}$	Menor o igual al 0,70
Razón de Cobertura de intereses.	$\text{Utilidad operacional dividida por los gastos de intereses}$	Mayor o Igual a 1

Cuando la cuenta de gastos de intereses sea igual a cero (\$0), debido a que el proponente no tiene obligaciones financieras, ocasionando que la razón de cobertura de intereses resulte en indefinido o indeterminado, se considera que el proponente cumple con el indicador de Razón de Cobertura de Intereses.

Cuando el proponente cuente con un pasivo corriente igual a cero (\$0) por lo que el índice de liquidez resulta indefinido o indeterminado, se considera que este cumple con el Indicador de Liquidez.

Interpretación

- ✓ Indicador de liquidez: es la capacidad financiera que tiene el proponente para cubrir las obligaciones a corto plazo con terceros, mediante la conversión en efectivo de sus bienes o derechos que son a corto plazo (activo corriente).
- ✓ Nivel de endeudamiento: Es el Porcentaje de obligaciones con terceros que tiene el proponente.
- ✓ Razón de Cobertura de Intereses: Es el número de veces que el proponente cuenta para cumplir con los gastos intereses.

Indicadores de capacidad organizacional

El Proponente persona natural o jurídica que acredite la condición de Mipyme y/o Emprendimiento y Empresas de Mujeres de conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.13.2.2 del Decreto 1074 de 2015 y los artículos 2.2.1.2.4.2.4. y 2.2.1.2.4.2.14. del Decreto 1082 de 2015, o las normas que los modifiquen, sustituyan o complementen, acreditará los siguientes indicadores:

- Para Mipyme y/o emprendimientos y empresas de mujeres.

INDICADOR	FORMULA	MARGEN SOLICITADO
Rentabilidad del Patrimonio (RP)	$\text{Utilidad Operacional} / \text{Patrimonio}$	Mayor o igual a 0,00
Rentabilidad del Activo (RA)	$\text{Utilidad Operacional} / \text{Activo Total}$	Mayor o igual a 0,00

- Para los demás proponentes

INDICADOR	FORMULA	MARGEN SOLICITADO
Rentabilidad del Patrimonio (RP)	$\text{Utilidad Operacional} / \text{Patrimonio}$	Mayor o igual a 0,04
Rentabilidad del Activo (RA)	$\text{Utilidad Operacional} / \text{Activo Total}$	Mayor o igual a 0,02

Interpretación

- ✓ Rentabilidad del patrimonio: Es la capacidad de generación de utilidad por cada peso invertido en el patrimonio
- ✓ Rentabilidad del Activo: Es la capacidad de generación de utilidad por cada peso invertido en el activo.

En el pliego de condiciones del respectivo proceso de selección se establecerá la forma como deberán acreditar los proponentes los indicadores de capacidad financiera y organizacional.

Capital de Trabajo

Para el presente Proceso de Contratación los Proponentes acreditarán:

$$CT = AC - PC \geq CTd$$

Donde:

CT = Capital de trabajo

AC = Activo corriente

PC = Pasivo corriente

CTd = Capital de Trabajo demandado para el proceso que presenta propuesta

El capital de trabajo (CT) del oferente deberá ser mayor o igual al capital de trabajo demandado (CTd):

$$CT \geq CTd$$

El capital de trabajo demandado para el proceso que presenta propuesta (CTd) se calcula así:

Presupuesto oficial	Fórmula
≤ 800 SMMLV	<u>CTd</u> = 20% x (PO)
Entre 801 y 1.500 SMMLV	<u>CTd</u> = 30% x (PO)
≥ 1.501	<u>CTd</u> = 40% x (PO)

Donde,

CTd = Capital de trabajo demandado del proceso al cual presenta propuesta

PO = Presupuesto Oficial del proceso al cual presenta propuesta.

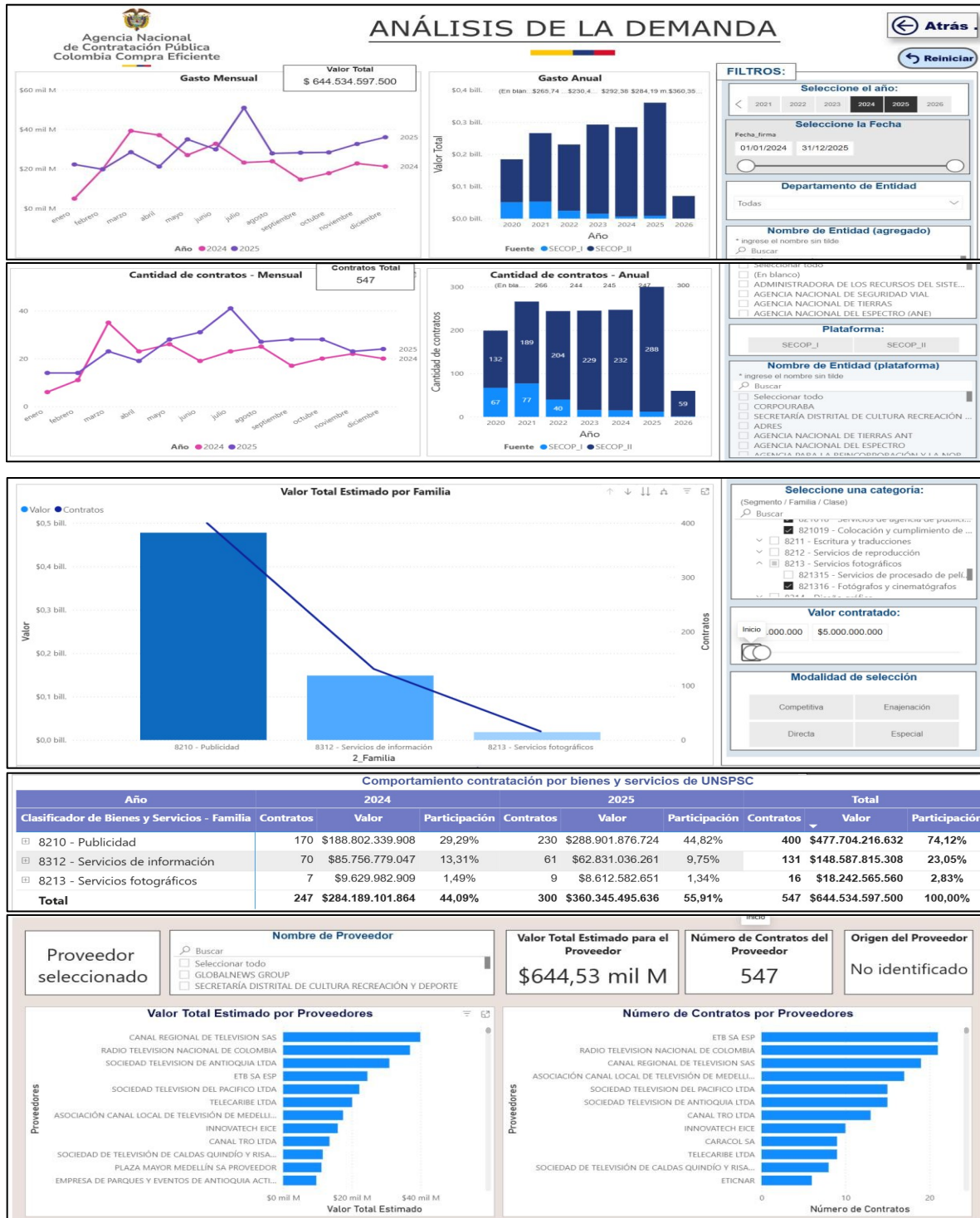
Siendo Proponente Plural el indicador debe calcularse así:

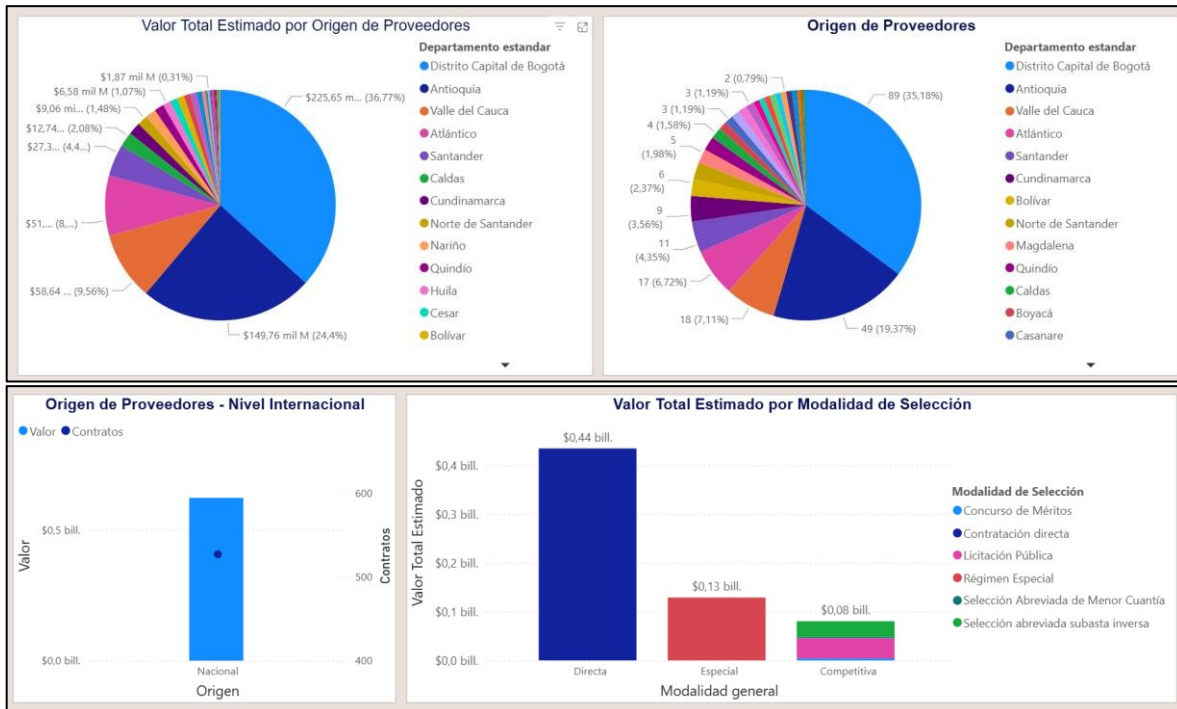
$$CT_{\text{Proponente plural}} = \sum_{i=1}^n CT_i$$

Donde n es el número de integrantes del Proponente Plural (Unión Temporal o Consorcio).]

9. ESTUDIO DE LA DEMANDA

La herramienta de Modelo de Abastecimiento Estratégico de La Agencia Nacional de Contratación Pública-Colombia Compra Eficiente, ofrece la herramienta de Modelo de Análisis de la Demanda para el sector clasificado con los códigos UNSPC del proceso de contratación en el territorio nacional, para las vigencias 2024 a 2025, se encontró la siguiente información.





Detalle	Link	Valor
PRESTAR LOS SERVICIOS DE DIVULGACIÓN EN MEDIOS MASIVOS COMUNITARIOS O ALTERNATIVOS DE COMUNICACIÓN, ASÍ COMO REALIZAR Y PRODUCIR PROYECTOS AUDIOVISUALES RADIALES Y PLANES DE MEDIOS DE COMUNICACIONES CON EL FIN DE DAR A CONOCER EL QUEHACER Y MISIONALIDAD DEL MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y SU FONDO ROTATORIO EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL DE IGUAL FORMA LOS SERVICIOS DE MONITOREO DE MEDIOS NACIONALES INTERNACIONALES Y REDES SOCIALES SOBRE CONTENIDOS QUE IMPACTEN AL MINISTERIO DE RELACI	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6425459&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 800.000.000
PRESTAR LOS SERVICIOS DE DIVULGACIÓN EN MEDIOS MASIVOS COMUNITARIOS O ALTERNATIVOS DE COMUNICACIÓN ASÍ COMO REALIZAR Y PRODUCIR PROYECTOS AUDIOVISUALES RADIALES Y PLANES DE MEDIOS DE COMUNICACIONES CON EL FIN DE DAR A CONOCER EL QUEHACER Y MISIONALIDAD DEL MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y SU FONDO ROTATORIO EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL DE IGUAL FORMA LOS SERVICIOS DE MONITOREO DE MEDIOS NACIONALES INTERNACIONALES Y REDES SOCIALES SOBRE CONTENIDOS QUE IMPACTEN AL MINISTERIO DE RELACI	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6483532&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 800.000.000
CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD PRIVADA PARA LOS INMUEBLES DE PROPIEDAD Y USO DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE FLANDES TOLIMA Y SUS DIFERENTES SEDES Y DEPENDENCIAS	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5942176&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 804.370.310
SUMINISTRO DE PAPELERIA ELEMENTOS DE OFICINA TONERS Y CARTUCHOS ORIGINALES ASÍ COMO EL SUMINISTRO DE FORMAS IMPRESAS PIEZAS GRÁFICAS PAPELERIA IMPRESA AVISOS Y SEÑALIZACIÓN REQUERIDOS POR LA ALCALDÍA MUNICIPAL PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS SECRETARÍAS Y DEPENDENCIAS PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS METAS DEL PLAN DE DESARROLLO O DE LOS DIFERENTES PROYECTOS O PROCESOS EN LOS QUE PARTICIPE EL MUNICIPIO DE PIEDECUESTA	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5955953&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 800.000.000
Implementar acciones que fortalezcan la administración y protección integral de los recursos naturales renovables mediante la ejecución del plan de medios y estrategia digital con cobertura en los 80 municipios de Corantioquia	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6592650&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 800.000.000
CONTRATAR CONTRATAR LOS SERVICIOS DE DIVULGACION DEL PLAN DE COMUNICACIONES PUBLICA POR LA TRANSPARENCIA Y DIFUSION DE ACCIONES INSTITUCIONALES DE LA GOBERNACION DE BOLIVAR PARA LA VIGENCIA 2024	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6452176&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 854.327.180
DESARROLLO DEL PROYECTO GENERACIÓN DE HÁBITOS Y ESTILOS DE VIDA SALUDABLES MONTERÍA VIVE FIT ORGANIZADO POR EL INSTITUTO MUNICIPAL PARA EL DEPORTE Y LA RECREACION IMDER	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6397342&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 853.960.980



Detalle	Link	Valor
AUNAR ESFUERZOS ADMINISTRATIVOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DIGITAL Y AUDIOVISUAL EN REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES REFORZANDO LA DIVULGACIÓN COMUNICACIÓN Y SOCIALIZACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS PROYECTOS SERVICIOS PROGRAMAS Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES COMO UNA ACCIÓN DE POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL Y DE COMUNICACIÓN PÚBLICA ASÍ COMO GENERAR LA IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DEL MUNICIPIO DE SOLEDAD	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5870986&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 850.000.000
Divulgar los planes programas y proyectos del Ministerio del Deporte	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6587822&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 887.210.000
Prestar los servicios de diseño producción y ejecución de estrategias de divulgación en medios de Comunicación de carácter masivo incluyendo los servicios de producción y transmisión de contenidos audiovisuales y piezas digitales para el Concejo de Bogotá	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6319751&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 875.000.000
Elaborar el diseño del alumbrado navideño	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6165489&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 886.826.080
El CONTRATISTA se obliga para con el DEPARTAMENTO DE NARIÑO a Administrar el plan de medios para la emisión de pauta institucional de la Gobernación de Nariño en cumplimiento de su misión institucional en medios radiales televisivos escritos digitales y otros medios alternativos de difusión Lo anterior de conformidad con los documentos del proceso que harán parte integral del contrato	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6458384&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 920.181.600
Contratar los servicios de emisión y producción para la difusión de las actividades eventos programas y proyectos de la administración departamental para rendir cuentas e informar a la comunidad sobre el cumplimiento del programa de gobierno y el plan de desarrollo departamental una vez esté aprobado	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5677533&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 900.000.000
PRESTACION DE SERVICIOS PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL A NIVEL LOCAL REGIONAL Y NACIONAL A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS HECHOS DE GOBIERNO AVANCES DE CIUDAD Y OFERTA INSTITUCIONAL EN EL MARCO DEL PROYECTO FORTALECIMIENTO DEL MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN (MIPG) DEL MUNICIPIO DE BELLO	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5783642&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 900.000.000
AUNAR ESFUERZOS PARA GARANTIZAR EL SERVICIO DE CONECTIVIDAD DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS FOCALIZADAS DEL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5834018&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 896.604.614
ARRENDAMIENTO DE VALLAS EXTERIORES DE INFORMACION O COMUNICACION PERMANENTE Y DE CONTENIDO VISUAL DESTINADAS A LA PROMOCION Y PREVENCION DE LA PROTECCION Y CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE UBICADAS EN MUNICIPIOS DE JURISDICCION DE CARDIQUE	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5833594&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 974.054.415
PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES CON EL FIN DE FORTALECER LA IMPLEMENTACION DE UN PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACION EXTERNA QUE PERMITA FOMENTAR LA PROMOCION DE LOS AVANCES DEL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL A TRAVES DE MEDIOS DIGITALES DE COMUNICACION	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5898207&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 993.150.000
IMPLEMENTAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL A TRAVÉS DE LA REALIZACIÓN PRODUCCIÓN Y EMISIÓN DE LOS PROGRAMAS CUENTOS VERDES E INFORMATIVO CVC EN MEDIOS MASIVOS DE CARÁCTER REGIONAL CON EL FIN DE PROMOVER Y DIFUNDIR CONOCIMIENTOS PRÁCTICAS Y VALORES ESTRATÉGICOS PARA LA SUSTENTABILIDAD	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5573176&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 999.999.900
DO427 Contratar bajo la modalidad de producción por encargo el diseño preproducción producción y posproducción para el proyecto audiovisual CIUDAD DE LOS NIÑOS o como llegare a denominarse propuesto para la línea de Ciudadanía Cultura e Infancia en cumplimiento de los objetivos y gestión de Canal Capital en el marco de la Resolución 00076 del 26 de enero de 2024 del Fondo Único de las Tecnologías de la Información (FUTIC)	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6144793&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.009.000.000
CONTRATO INTERADMINISTRATIVO DE MANDATO SIN REPRESENTACIÓN PARA LA GESTIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE LA RED ECREA	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5929410&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.027.037.779
Prestar los servicios de conectividad (MPLS INTERNET INTERNET MOVIL) para todas las Sedes de la Agencia Nacional de Tierras conforme a las especificaciones y características técnicas definidas por la entidad Prestar los servicios de conectividad (MPLS INTERNET INTERNET MOVIL) para todas las Sedes de la Agencia Nacional de Tierras conforme a las especificaciones y características técnicas definidas por la entidad	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5901267&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.063.620.175
CONTRATAR LOS SERVICIOS DE DISEÑO DIAGRAMACIÓN EDICIÓN Y REPRODUCCIÓN DE MATERIAL DE INFORMACIÓN EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN DE SALUD PÚBLICA PARA LA PROMOCIÓN DE LA SALUD Y LA GESTIÓN DEL RIESGO EN SALUD EN EL MARCO DEL PLAN DECENAL DE SALUD	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6550972&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.068.489.700



Detalle	Link	Valor
PÚBLICA EL PLAN TERRITORIAL DE SALUD PLAN DE ACCIÓN EN SALUD Y PLAN DE INTERVENCIONES COLECTIVAS PIC 2024		
VINCULACIÓN PUBLICITARIA CON LA MARCA AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO COMO PATROCINADOR OFICIAL DEL EVENTO MAÑANA SERÁ BONITO FEST TOUR 2024	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5884925&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.071.000.000
VINCULACIÓN PUBLICITARIA CON LA MARCA AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO COMO PATROCINADOR OFICIAL DEL SUPERCONCIERTO FERIA DE FLORES 2024	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6376791&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.190.000.000
Proveer a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE) los servicios de Central de Medios para la divulgación institucional de sus planes programas y proyectos para el posicionamiento de la política de desarrollo económico a través de la planeación ordenación seguimiento y compra de espacios en medios de comunicación masivos alternativos y comunitarios mediante el desarrollo y ejecución de acciones de pauta digital tradicional y no tradicional sujetándose a los lineamientos estr	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6197366&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.212.183.000
COMUNICACIONES305 VM INF1153 VM TTE1285 VM TTE1286 VM TTE992 Prestación de servicios integrales al Ministerio de Transporte como central de medios para fortalecer la divulgación comunicación y socialización de las políticas públicas proyectos servicios programas y actividades institucionales así como realizar la aplicación de instrumentos de medición de opinión pública para la generación de insumos en la toma de decisiones para la vigencia 2024	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6608409&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.207.416.009
Contratar la prestación de servicios para el fortalecimiento de la comunicación de cultura y educación tributaria y fiscal para apoyar e incentivar el recaudo del impuesto de vehículo automotor del Valle del Cauca mediante la difusión y socialización de productos y anuncios audiovisuales y gráficos producidos y distribuidos dentro de la ciudad de Cali	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6099432&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.280.000.000
VINCULACIÓN PUBLICITARIA CON LA MARCA AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO COMO PATROCINADOR DEL CONCIERTO LA ETERNA EN EL ESTADIO ATANASIO GIRARDOT EL 3 DE AGOSTO DEL 2024	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6417785&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.309.000.000
PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE PREPRODUCCIÓN PRODUCCIÓN POSTPRODUCCIÓN Y EMISIÓN A TRAVÉS DEL CANAL INSTITUCIONAL DE LOS PROGRAMAS AUDIOVISUALES DE LA PROCURADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN Y LA TRANSMISIÓN DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5885198&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.301.844.712
CONTRATAR LOS SERVICIOS DE PLAN DE MEDIOS DE SALUD PÚBLICA DIRIGIDOS A LA PROMOCIÓN DE LA SALUD Y LA GESTIÓN DEL RIESGO EN SALUD EN EL MARCO DEL PLAN DECENAL DE SALUD PÚBLICA EL PLAN TERRITORIAL DE SALUD PLAN DE ACCIÓN EN SALUD Y PLAN DE INTERVENCIONES COLECTIVAS PIC 2024	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5887403&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.435.887.635
Prestación de servicios de preproducción producción postproducción y emisión de programas de televisión y proyectos audiovisuales para la Superintendencia de Industria y Comercio	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5800433&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.450.000.000
PRESTACIÓN DE SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE LAS ESTRATEGÍAS QUE PERMITAN LA VISIBILIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE SANTIAGO DE CALI DE CONFORMIDAD AL PROYECTO DE INVERSIÓN BP26004152	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6154116&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.592.502.854
VINCULACIÓN PUBLICITARIA CON LA MARCA AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO COMO GRAN PATROCINADOR OFICIAL DE LA FERIA DE FLORES 2024	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6431832&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.785.000.000
PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA APOYAR EN LA EJECUCIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS QUE INCLUYA MATERIAL IMPRESO PARA LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA INSTITUCIONAL POLÍTICAS INICIATIVAS Y PROYECTOS ESTRATÉGICOS DE LA ALCALDÍA DE BUCARAMANGA	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6288870&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.866.139.716
FORTALECIMIENTO DIFUSIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA E INTELIGENTE DEL AMVA CENTRAL DE MEDIOS	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5976261&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.892.849.655
CONTRATAR Y OPERAR LOS CONTRATISTAS QUE PARTICIPAN EN LOS DIFERENTES EVENTOS QUE PATROCINARA LA FLA EICE EN EL MARCO DE LA FERIA DE LAS FLORES 2024	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6490779&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.874.642.600
2024T14 AUNAR ESFUERZOS Y RECURSOS TECNICOSADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS CON LA UNIVERSIDADDE PAMPLONA PARA FORTALECER LA EJECUCION DELPROYECTO FORTALECIMIENTO DE LAS PLATAFORMAS OCANALES DE COMUNICACIONES INTEGRADAS PARA ELFÁCIL ACCESO A LA INFORMACIÓN Y LA CONSULTA PORPARTE DE LA CIUDADANÍA CÚCUTA	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6286925&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.900.000.000
LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE PREPRODUCCIÓN PRODUCCIÓN POSTPRODUCCIÓN Y EMISIÓN DE LOS PROGRAMAS INSTITUCIONALES PARA TELEVISIÓN EMISIÓN DEL PROGRAMA DE RADIO Y DEMÁS PRODUCTOS AUDIOVISUALES Y RADIALES	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5968751&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.917.789.778



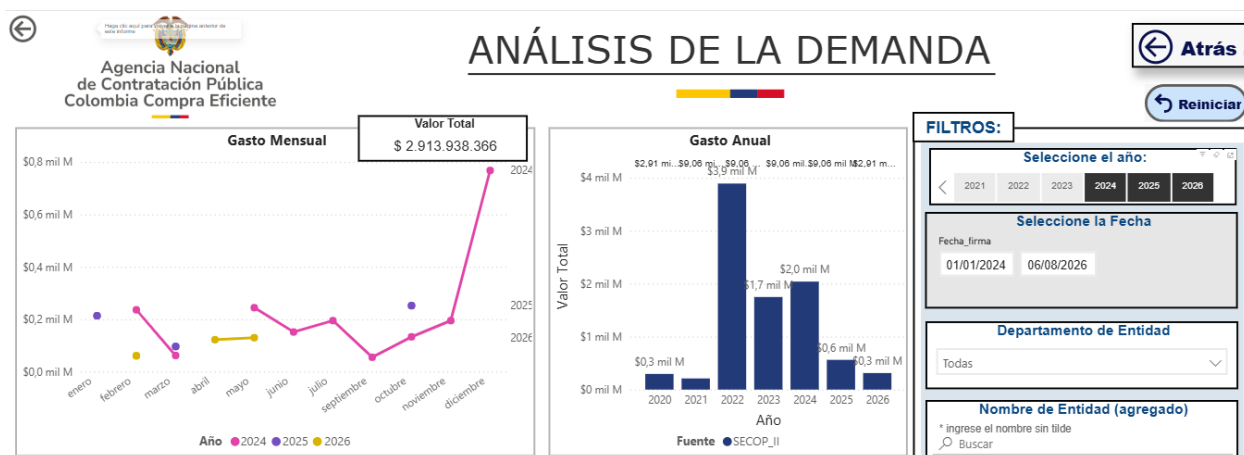
Detalle	Link	Valor
Prestar y ejecutar servicios integrales (ATL CIRCULACIÓN Y MONITOREO DE MEDIOS) para llevar a cabo un plan de medios que permita divulgar los planes programas proyectos y políticas públicas del Ministerio de las Culturas las Artes y los Saberes considere pertinentes en el marco de su misionalidad así como los relacionados con el Programa de Sonidos para la Construcción de Paz	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6126157&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 1.971.434.345
CREACION DESARROLLO CONCEPTUALIZACION Y EJECUCION DE CAMPAÑAS Y ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA ATENDER LAS NECESIDADES DE COMUNICACION PUBLICA DEL INSTITUTO PARA EL DESARROLLO DE ANTIOQUIA IDEA	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5661914&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.000.000.000
PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE CONECTIVIDAD DE ACUERDO CON EL LINEAMIENTO DEL PROGRAMA CONEXIÓN TOTAL DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL Y LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DISTRITO ESPECIAL INDUSTRIAL Y PORTUARIO DE BARRANQUILLA	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5892044&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.052.425.245
Constitución de un Encargo Fiduciario para la administración de recursos y pagos con el fin de garantizar el correcto desarrollo de los proyectos y demás actividades conforme los fines y objetivos de RTVC ENCARGANTE	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6397409&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.245.000.000
Prestar servicios como central de medios para apoyar la gestión de la Oficina de Comunicaciones en la ejecución de la divulgación nacional y regional en la vigencia 2024 con el fin de fortalecer e impulsar los programas servicios proyectos y estrategias a través de alternativas estratégicas y de comunicación	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6351996&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.302.652.000
CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA ACOMPAÑAR Y SOPORTAR A LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES EN LA CREACIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE NOTICIAS ESTRATEGIAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y DEMÁS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE GOBIERNO PARA FORTALECER LA GESTIÓN PÚBLICA A TRAVÉS DE DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS QUE PROMUEVAN LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA LA TRANSPARENCIA ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA Y RENDICIÓN DE CUENTAS	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5482356&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.350.000.000
PLAN DE MEDIOS DE LA GOBERNACION DEL CESAR PARA LOGRAR MAYOR EFECTIVIDAD EN LA DIVULGACIÓN DE LOS PROGRAMAS PLANES ACCIONES Y PROYECTOS INSTITUCIONALES DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5912247&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.327.719.027
EJECUTAR ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES A TRAVÉS DEL PLAN DE MEDIOS DESARROLLO DE EVENTOS CORPORATIVOS Y JORNADAS AMBIENTALES ASÍ COMO LA OPERACIÓN LOGÍSTICA DE LAS ACTIVIDADES QUE REQUIERA CORNARE PARA EL CUMPLIMIENTO DE SU QUEHACER MISIONAL CONTRIBUYENDO A GENERAR CONCIENCIA AMBIENTAL EN LA REGIÓN	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6026743&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.385.048.543
EL CONTRATISTA SE OBLIGA CON EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA A PRESTAR EL SERVICIO DE CONECTIVIDAD A INTERNET EN SEDES EDUCATIVAS OFICIALES UBICADAS EN LOS MUNICIPIOS NO CERTIFICADOS EN EDUCACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA EN EL MARCO DEL PROYECTO DENOMINADO IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN PARA EL ACCESO A INTERNET EN LOS ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS OFICIALES DE LOS 41 MUNICIPIOS NO CERTIFICADOS EN EDUCACIÓN DEL DEPARTAMEN	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6218985&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.386.350.000
Celebrar contrato interadministrativo para la prestación de servicios en torno al desarrollo preproducción producción y posproducción de estrategias de comunicación difusión y divulgación institucional de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5889375&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.471.250.000
PRESTAR EL SERVICIO DE CENTRAL DE MEDIOS MEDIANTE LA COLOCACIÓN DE CONTENIDOS ESTRATÉGICOS EN CANALES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES PARA LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LOS PROGRAMAS Y POLÍTICAS MISIONALES DE LA AGENCIA PARA LA REINCORPORACIÓN Y LA NORMALIZACIÓN ARN ENTRE SUS DIFERENTES PÚBLICOS DE ACUERDO CON LAS CONDICIONES Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS CONTENIDAS EN ANEXO NO 1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6485148&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.537.600.000
Apoyar en la implementación del proyecto Fortalecimiento a través de las comunicaciones de la gestión confianza y visibilidad de la Gobernación Departamental y su Plan de Desarrollo mediante productos y actividades complementarias que sirvan de insumos en el desarrollo del trabajo comunicacional y de divulgación para la ciudadanía	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5807572&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.656.000.000
20200411499 Prestar servicios al Viceministerio de Conectividad para el acceso a la información sobre índices de sintonía de televisión y monitoreo de inversión publicitaria de medios de comunicación a través de un software exclusivo y especializado mediante el licenciamiento de uso y soporte de las herramientas MMW IWKS TGI NET TGR y CMAM con el fin de fortalecer el modelo convergente de la televisión pública regional nacional medir las audiencias y el impacto de los contenidos d	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5892007&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.813.962.619
Realizar la preproducción producción y transmisión de contenidos audiovisuales multiplataforma que permita difundir diversos temas que sean considerados de interés de la Rama Judicial	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5892007&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 2.800.000.000

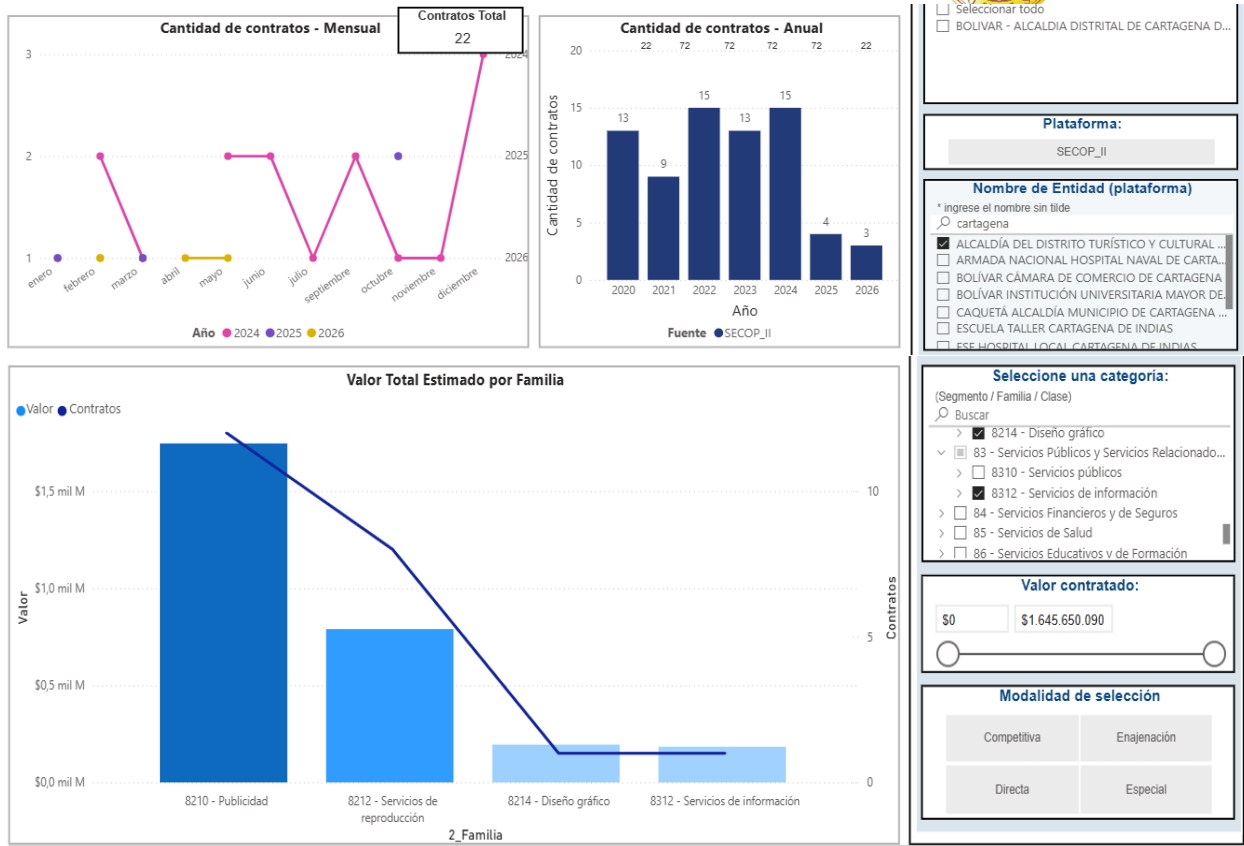


Detalle	Link	Valor
	NTC.5881948&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	
PRESTAR LOS SERVICIOS A MONTO AGOTABLE CON PLENA AUTONOMÍA TÉCNICA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA PARA ADELANTAR EL PROCESO ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL Y LOGÍSTICO DE LAS ACTIVIDADES Y EVENTOS DE CARÁCTER MISIONAL DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE BOMBEROS DE COLOMBIA DENTRO DEL MARCO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DE CONOCIMIENTO REDUCCIÓN Y RESPUESTA DE LOS CUERPOS DE BOMBEROS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO BOMBERIL EN COLOMBIA	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6073473&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 3.313.386.150
5850523 CE2024DICEBDC 19450523 SENTENCIA2024BDC 135750523 CE2024GITCEBDC Prestación de servicios para ejecutar la difusión del plan de medios a nivel nacional sectorial y territorial para el desarrollo del Censo Económico Nacional Urbano CENU 2024 y del registro multidimensional Wayuu	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6192039&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 3.717.598.005
Prestación de servicios integrales al Grupo de Comunicaciones del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible como central de medios para fortalecer la divulgación comunicación y socialización de las políticas públicas proyectos servicios programas y actividades institucionales así mismo realizar la medición de impacto y sistematización de las buenas prácticas en materia ambiental y su percepción entre los públicos de interés para la vigencia 2024	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5771966&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 3.900.000.000
Prestación de servicios para apoyar las acciones logísticas técnicas y operativas que le faciliten al Ministerio TIC y al Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones la implementación de su estrategia de divulgación a partir de las diferentes actividades de difusión promoción y divulgación institucional de los programas y proyectos que están orientados a fomentar el uso y apropiación de las TIC en la ciudadanía	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5709967&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 3.934.026.708
FORTALECIMIENTO A LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRENSA Y COMUNICACIONES DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6283009&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 4.000.000.000
Elaborar y producir contenidos audiovisuales yo multiplataforma que permitan difundir promover y socializar los programas y proyectos del MinTIC y el Fondo Único TIC para incentivar el uso y apropiación de las TIC	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5559311&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 4.466.404.233
Contratar la preproducción producción postproducción y emisión de piezas programas campañas audiovisuales y desarrollo de acciones y actividades de comunicación de la Defensoría del Pueblo para la promoción y divulgación de Derechos Humanos llegando a través de diferentes medios masivos de comunicación a las poblaciones vulnerables	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5903000&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 4.500.000.000
Contratar una central de medios para la creación diseño producción emisión y difusión de contenido audiovisual BTL ATL y escrito para campañas de información educación y comunicación de la Secretaría Seccional de Salud y Protección Social de Antioquia	https://community.secop.gov.co/Public/TEndering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6262933&isFromPublicArea=True&isModal=true&asPopupView=true	\$ 4.598.343.000

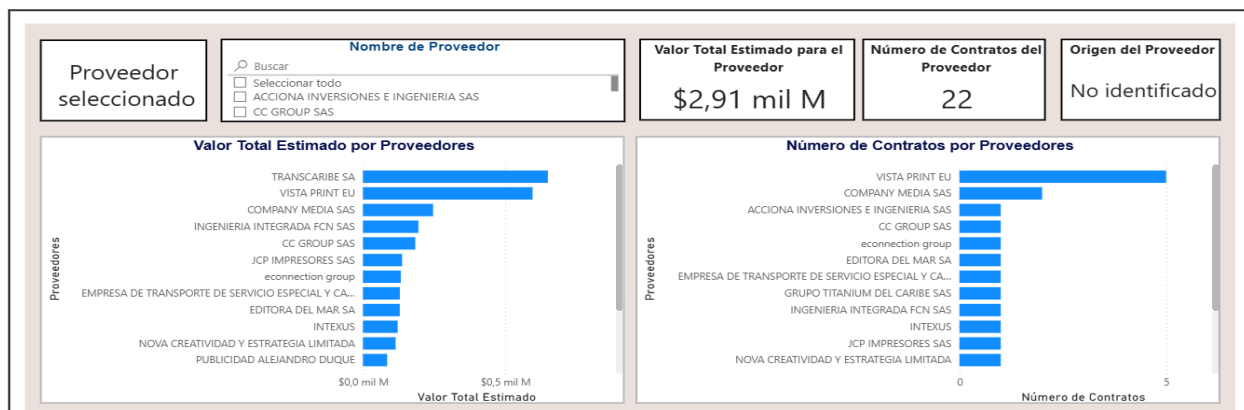
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la herramienta MAE

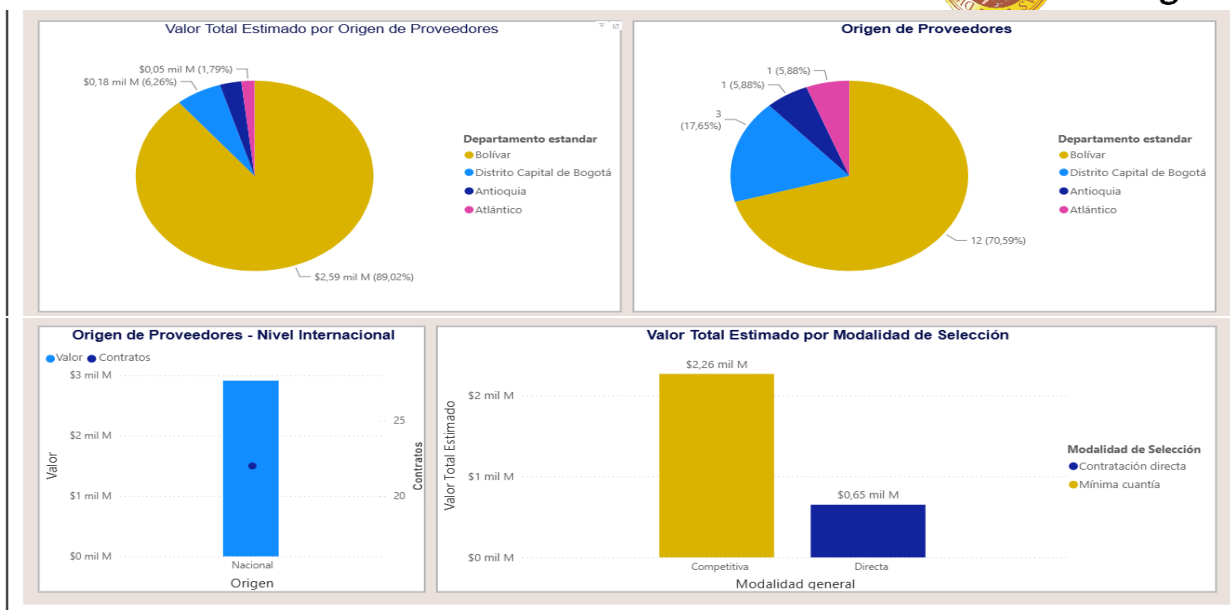
Para el caso de la Alcaldía del Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias, la información que arroja la herramienta del MAE para los periodos 2024 y 2025, es la siguiente:





Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC											
Año	2024			2025			2026			Total	
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor
8210 - Publicidad	9	\$1.264.625.865	43,40%	2	\$351.145.850	12,05%	1	\$129.710.000	4,45%	12	\$1.745.481.715
8212 - Servicios de reproducción	4	\$396.246.493	13,60%	2	\$210.562.308	7,23%	2	\$182.725.700	6,27%	8	\$789.534.501
8214 - Diseño gráfico	1	\$194.963.150	6,69%							1	\$194.963.150
8312 - Servicios de información	1	\$183.959.000	6,31%							1	\$183.959.000
Total	15	\$2.039.794.508	70,00%	4	\$561.708.158	19,28%	3	\$312.435.700	10,72%	22	\$2.913.938.366





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

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

AGENCIA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA - COLOMBIA COMPRA EFICIENTE -
Subdirección de Estudios de Mercado y Abastecimiento Estratégico (EMAE)

<https://www.colombiacompra.gov.co/>

informacion.emae@colombiacompra.gov.co



Año	2024			2025			2026		
	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8210 - Publicidad	9	\$1.264.625.865	43,40%	2	\$351.145.850	12,05%	1	\$129.710.000	4,45%
821015 - Publicidad impresa	5	\$948.256.418	32,54%	1	\$137.700.850	4,73%	1	\$129.710.000	4,45%
821019 - Colocación y cumplimiento de medios				1	\$213.445.000	7,32%			
821018 - Servicios de agencia de publicidad	2	\$162.518.747	5,58%						
821016 - Publicidad difundida	2	\$153.850.700	5,28%						
8212 - Servicios de reproducción	4	\$396.246.493	13,60%	2	\$210.562.308	7,23%	2	\$182.725.700	6,27%
821215 - Impresión	4	\$396.246.493	13,60%	2	\$210.562.308	7,23%	1	\$60.642.400	2,08%
821217 - Fotocopiado							1	\$122.083.300	4,19%
8214 - Diseño gráfico	1	\$194.963.150	6,69%						
821415 - Servicios de diseño artístico	1	\$194.963.150	6,69%						
8312 - Servicios de información	1	\$183.959.000	6,31%						
831217 - Servicios de comunicación masiva	1	\$183.959.000	6,31%						
Total	15	\$2.039.794.508	70,00%	4	\$561.708.158	19,28%	3	\$312.435.700	10,72%