CONTENIDO

pág.

1. ASPECTOS GENERALES DEL PROCESO 2

1.1 Objeto 2
1.2 Condiciones técnicas requeridas 2
1.3 Plazo de ejecución 5
1.4 Equipo de trabajo 5
1.5 Maquinaria o herramientas de trabajo 5

2. ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR 6

2.1 Económico 6
2.2 Gremios y agentes del sector 21
2.3 Regulatorio 22
2.4 Análisis del producto de industria nacional 25

3. ESTUDIO DE LA OFERTA 25

3.1 Quien vende u oferta el bien o servicios 25
3.2 Dinámica de producción, distribución y entrega de bienes, obras o servicios 26
3.3 Valores cotizados en el mercado 27
3.4 Indicadores financieros 33

4. ESTUDIO DE LA DEMANDA 36

4.1 Adquisiciones previas otras entidades 36
4.2 Adquisiciones previas de la entidad 38

5. FUENTES CONSULTADAS 41

[12-11-2026]

ANALISIS DEL SECTOR

Teniendo en cuenta lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 y las recomendaciones de la Agencia Nacional de Contratación Pública ANCP - Colombia Compra Eficiente, a través de la Guía de Elaboración de Estudios de Sector GEES – Versión 2 de 24 de junio de 2022, como parte del Proceso de Contratación en cumplimiento de los principios de planificación, se procede a realizar el alcance requerido de manera proporcionada teniendo en cuenta el valor, el objeto, el tipo de contrato y los riesgos identificados.

1. ASPECTOS GENERALES DEL PROCESO

1.1 Objeto

PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA PRODUCIR Y DIFUNDIR INFORMACIÓN EN SALUD MEDIANTE MEDIOS COMUNITARIOS, ALTERNATIVOS, PAUTA DIGITAL SEGMENTADA CON ENFOQUE DIFERENCIAL Y COMUNICACIÓN DEL RIESGO EN SALUD PÚBLICA EL CAQUETÁ, VIGENCIA 2026.

1.2 Condiciones técnicas requeridas

Componente	Actividad	Descripción técnica	Contenido de las emisiones / piezas	Unidad de medida	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
RADIO	Perifoneo	Producción, grabación, edición y emisión de audios informativos mediante perifoneo móvil o fijo en zonas urbanas y rurales priorizadas del Caquetá. Incluye adaptación del mensaje, locución, musicalización cuando aplique y difusión por hora según programación.	Promoción y prevención en salud, jornadas de salud pública, vacunación, prevención de enfermedades y rutas de atención.	Recorrido o emisión de perifoneo, con evidencia fotográfica.	8		
	Radionovela – producción	Producción integral de piezas sonoras narrativas de entre 1 a 2 minutos. interpretación de personajes, grabación de voces, edición, musicalización, efectos sonoros y entrega de archivos listos para difusión.	Promoción y prevención en salud, jornadas de salud pública, vacunación, prevención de enfermedades y rutas de atención.	Radionovela producida y entregada en formato MP3	7		
	Radionovela – emisión	Difusión de radionovelas en emisoras radiales y comunitarias, de acuerdo con la programación y cobertura definidas.	Emisión de las piezas narrativas institucionales aprobadas.	Comercial producido y certificado de emisión.	374		

	Jingle – producción	Creación, producción, grabación, edición y entrega de piezas musicales publicitarias de 30 segundos, Incluye letra, interpretación vocal o locución, musicalización, mezcla y masterización, elaboradas con inteligencia artificial.	Mensajes institucionales breves y memorables para promover campañas, programas, jornadas y recomendaciones de salud pública.	Jingle producido y entregado con certificado de emisión	10		
	Jingle – emisión	Difusión de jingles en emisoras radiales, según la frecuencia y cobertura contratadas.	Mensajes musicales institucionales aprobados para campañas de promoción y prevención.	Emisión radial	373		
TELEVISIÓN / AUDIOVISUAL	Podcast audiovisual con lengua de señas	Producción audiovisual en formato podcast, horizontal mediante entrevistas dinámicas con profesionales de las áreas de salud pública de la Secretaría de Salud de Caquetá de entre 10 a 25 minutos. Incluye preproducción, postproducción e interpretación en Lengua de Señas Colombiana (LSC).	Información sobre programas, servicios, campañas, promoción de la salud, prevención de enfermedades, rutas de atención y recomendaciones de profesionales de la Secretaría de Salud.	Podcast audiovisual producido y entregado EN MP4	5		
	Comerciales para IPS y ESE	Producción de comerciales audiovisuales de 30 segundos a 1 minuto. Incluye conceptualización, guion, grabación o animación, edición, musicalización, identidad gráfica institucional y entrega en formato digital compatible con pantallas de IPS de cada una de las ESE del departamento.	Promoción y prevención, servicios de salud, horarios de atención, jornadas, campañas, rutas de acceso y recomendaciones para usuarios de las instituciones.	Comercial audiovisual producido y entregado	11		
	Comerciales para TV	Emisión de comerciales audiovisuales de 30 segundos a 1 minuto.	Promoción y prevención, servicios de salud, horarios de atención, jornadas, campañas, rutas de acceso y recomendaciones para usuarios de las instituciones.	Comercial audiovisual	120		
DIGITAL	Cubrimiento en vivo y/o pregrabado de jornadas de salud pública	Cubrimiento periodístico y audiovisual en tiempo real, registro audiovisual, entrevistas, reportería, transmisión en plataformas digitales institucionales y acompañamiento técnico.	Desarrollo de jornadas, oferta de servicios, entrevistas con profesionales, recomendaciones de prevención y promoción de la salud y registro de actividades institucionales.	Jornada cubierta o transmisión en vivo, con enlace de publicación	43		

	Emisión y publicación de podcast en plataformas digitales y televisión	Difusión de episodios en formato podcast a través de canales y plataformas digitales institucionales. Incluye programación, publicación y entrega de enlaces o evidencias.	Entrevistas, conversaciones con profesionales, información de interés público, orientación sobre servicios y campañas de promoción y prevención en salud.	Podcast publicado o emisión digital, con enlace de publicación	120		
	Diseño de Flyers con enfoque étnico	Diseño de piezas gráficas informativas con enfoque diferencial, étnico e intercultural. Incluye elaboración de contenido, adaptación lingüística y cultural, revisión de traducciones con hablantes o representantes de las comunidades cuando sea posible, diseño y entrega digital.	Promoción y prevención, derechos y deberes en salud, jornadas institucionales, vacunación, prevención de enfermedades y acceso a servicios. Versiones en lenguas indígenas como Huitoto, Koreguaje y Nasa, sujetas a validación comunitaria.	Flyer diseñado y entregado por idioma o versión lingüística y enlace de publicación	12		
	Publicación de Flyers con enfoque étnico	Publicación de piezas gráficas informativas con enfoque diferencial, étnico e intercultural. Incluye elaboración de contenido, adaptación lingüística y cultural, revisión de traducciones con hablantes o representantes de las comunidades cuando sea posible, diseño y entrega digital.	Promoción y prevención, derechos y deberes en salud, jornadas institucionales, vacunación, prevención de enfermedades y acceso a servicios. Versiones en lenguas indígenas como Huitoto, Koreguaje y Nasa, sujetas a validación comunitaria.	Flyer diseñado y entregado por idioma o versión lingüística y enlace de publicación	288		

Clasificador Bienes y Servicios UNSPSC

El objeto del presente proceso de contratación está codificado en el Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC), como se indica en la siguiente tabla:

Códigos UNSPSC	Denominación
82101600	Publicidad difundida
82101800	Servicios de agencia de publicidad
82101900	Colocación y cumplimiento de medios
82111900	Servicios de noticias y publicidad

82112000	Servicios de interpretación de idiomas de forma presencial

1.3 Plazo de ejecución

- **A FECHA CIERTA**: El plazo de ejecución del contrato será hasta 31 de diciembre del 2026, contado a partir de la legalización del mismo y suscripción del Acta de Inicio por EL CONTRATISTA y el supervisor del contrato.

1.4 Equipo de trabajo

El proponente deberá acreditar que cuenta con el siguiente personal

CANT.	PERFIL	FORMACION ACADEMICA	EXPERIENCIA
1	COMUNICADOR SOCIAL	Profesional en Comunicación social con posgrado en mercadeo de servicios	Diez (10) años de experiencia contados a partir del título profesional. Cinco (05) años de experiencia contados a partir del título de especialización. Haber participado en la ejecución de actividades de comunicación social en al menos dos (02) años
1	ADMINISTRADOR	Profesional en Administración de empresas con diplomado en Mercadeo	Diez (10) años de experiencia contados a partir del título profesional. Haber participado en la ejecución de actividades de plan de medios

1.5 Maquinaria o herramientas de trabajo

No se requiere maquinaria o herramientas de trabajo.

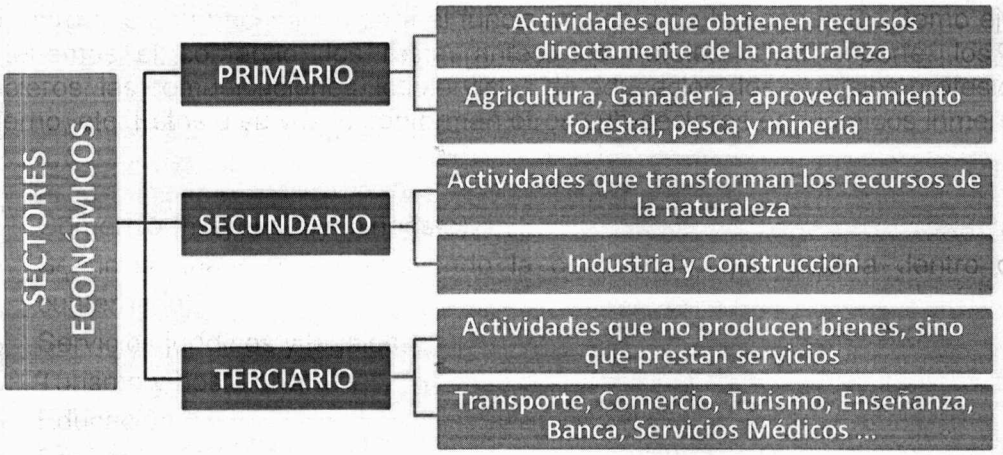
2. ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR

2.1 Económico

- **Productos incluidos dentro del sector**

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

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:



El sector terciario o de servicios es el principal sector económico en las economías de los países desarrollados, incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplo de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc. Estos a su vez lo conforman otros sub-sectores económicos inmersos como son:

- Comercio (mayorista y minorista).
- Servicios financieros (excluyendo la consultoría, que estaría dentro del sector cuaternario).
- Servicios jurídicos y legales.
- Turismo y hostelería.
- Educación.
- Sanidad.

- Transporte.
- Servicios públicos (seguridad y defensa, bomberos, entre otros).
- Ocio y cultura (espectáculos, conciertos, teatro, etc.).
- Medios de comunicación (prensa).
- Servicios de telecomunicaciones

Para el presente proceso vamos hacer énfasis en el sector terciario o de servicios, teniendo en cuenta que el objeto de esta contratación, tiene como propósito la **"PRESTACION DE SERVICIOS LOGISTICOS COMO CENTRAL DE MEDIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE EDUCACIÓN E INFORMACIÓN EN SALUD DEL PLAN DE SALUD PÚBLICA DE INTERVENCIONES COLECTIVAS DEPARTAMENTAL 2026"**, con el fin de ejecutar las diferentes acciones colectivas informativas de alto impacto, pertinentes y contextualizadas a la realidad sanitaria y de vida de la población a la cual se dirige, en el marco de la estrategia de Educación e Información para la Salud Pública en el Departamento de Caquetá (de acuerdo a los lineamientos nacionales y directrices normativas), producción, edición, emisión de comerciales, cuñas, espacios informativos con entrevistas pregrabadas o en vivo y publicación de piezas gráficas, de Información en Salud en medios de comunicación televisivos, radiales y nativos digitales, en armonía con las metas y objetivos del Plan Decenal de Salud Pública y el Plan de Desarrollo Departamental, garantizando la capacidad técnica, administrativa y financiera y la cobertura a nivel Departamental, para dar cuenta de los productos que se requieren para avanzar hacia la garantía del goce efectivo del derecho a la salud, con condiciones de vida y salud en la población caquetense tendientes a disminuir la morbilidad, mortalidad y discapacidad evitable en todas las etapas de curso de vida.

Para el presente análisis, teniendo en cuenta que el proceso se ubica en el sector terciario o de servicios engloba las actividades relacionadas con los servicios materiales no productores de bienes, lo que significa que son empresas o entidades que se encargan de ofrecer servicios para satisfacer las necesidades de la población. Gracias al desarrollo de los últimos años a nivel de tecnología ha permitido que empresas dedicadas a este tipo de actividad económica sean de las más desarrolladas y una de las principales fuentes de empleo en nuestra economía. Este sector también incluye toda actividad que produce un beneficio intangible, que no se puede almacenar, de corta duración y de la que no se puede adquirir propiedad. También se puede decir que al sector servicios corresponden todas las actividades que no forman parte de agricultura y de la industria.

Es un sector que viene diversificándose y ha adquirido nuevas tendencias que han apoyado, integrado y acelerado el desarrollo económico reciente.

Los servicios generales surgen y evolucionan como respuesta a las necesidades de apoyo que tiene toda organización humana, sea esta pública, privada o social en el desarrollo de las actividades que posibilitan el logro de su misión institucional.

- **Definición Del Sector**

El sector de medios de difusión comprende el conjunto de actividades económicas, empresas, personas naturales y jurídicas dedicadas a la producción, transmisión, distribución, gestión y comercialización de contenidos informativos, educativos o publicitarios a través de canales o plataformas capaces de llegar de manera simultánea o masiva a una audiencia general o segmentada.

Desde el ordenamiento jurídico colombiano, el sector se define y regula a partir de varias normas concurrentes:

La televisión es un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado, que consiste en la emisión, transmisión, difusión, distribución, radiación y recepción de señales de audio y video en forma simultánea. Este servicio está vinculado intrínsecamente a la opinión pública y a la cultura del país, como instrumento dinamizador de los procesos de información y comunicación audiovisuales. (Ley 182 de 1995, Art. 1).

El servicio de radiodifusión sonora contribuirá a difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y a fortalecer la democracia. (Ley 1341 de 2009, modificada por Ley 1978 de 2019).

Actividades económicas asociadas al objeto contractual

De conformidad con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas – CIIU Revisión 4 Adaptada para Colombia 2022 (CIIU Rev. 4 A.C. 2022), expedida por el DANE, se identifican las siguientes actividades económicas relacionadas con el objeto contractual denominado **"Prestación de servicios logísticos como central de medios para la implementación de la estrategia de educación e información en salud del Plan de Salud Pública de Intervenciones Colectivas Departamental 2026"**, las cuales corresponden a servicios de producción, difusión y divulgación de contenidos educativos e informativos en diferentes medios de comunicación:

- **CIIU 7310 – Publicidad:** Comprende la creación, planificación, producción y colocación de anuncios y campañas institucionales en medios de comunicación tradicionales y digitales, incluyendo la administración de pauta publicitaria, difusión de mensajes educativos, publicación de piezas gráficas y audiovisuales, cuñas radiales, comerciales de televisión y contenidos en plataformas digitales.

- **CIIU 5911 – Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión:** Incluye la producción y realización de material audiovisual con fines educativos e informativos, tales como videos institucionales, comerciales de televisión, cápsulas educativas, registros audiovisuales y cubrimiento de eventos y actividades desarrolladas en el marco del PIC.

- **CIIU 5912 – Actividades de postproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión:** Corresponde a las actividades de edición, animación, musicalización, subtitulación, efectos visuales y demás procesos técnicos requeridos para la finalización de productos audiovisuales.

- **CIIU 6010 – Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora:** Comprende la emisión y difusión de espacios informativos, programas radiales, entrevistas, campañas institucionales y cuñas radiales dirigidas a la población objetivo.

- **CIIU 6020 – Actividades de programación y transmisión de televisión:** Incluye la emisión de espacios informativos, programas educativos, notas periodísticas, comerciales institucionales y demás contenidos audiovisuales difundidos a través de canales de televisión abierta, regional, local o por suscripción.

- **CIIU 6312 – Portales web:** Comprende la administración y operación de medios digitales, periódicos electrónicos, plataformas informativas y otros canales virtuales destinados a la divulgación de contenidos educativos, informativos y de promoción de la salud.

Se concluye que el objeto contractual se encuentra inmerso principalmente dentro de las actividades económicas relacionadas con la publicidad, la producción audiovisual, la radiodifusión sonora, la televisión y los medios digitales, sectores que cuentan con una amplia oferta de proveedores a nivel nacional con capacidad técnica, operativa y financiera para atender las necesidades derivadas de la implementación de estrategias de Información, Educación y Comunicación en Salud.

- **Evolución del Comercio**

- **Entorno Económico Internacional**[1]

El sector de medios de difusión, publicidad, comunicación estratégica y producción audiovisual se encuentra influenciado por las dinámicas de la economía global, especialmente por los avances tecnológicos, la transformación digital, las tendencias en el consumo de información y la evolución de las industrias creativas y culturales.

Durante los años 2025 y 2026, las proyecciones económicas internacionales evidencian una moderación en el crecimiento económico mundial, acompañada de una desaceleración de la inflación en la mayoría de las economías avanzadas. No obstante, persisten factores de incertidumbre asociados a las tensiones geopolíticas, las variaciones en los costos

[1] https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2024/07/16/world-economic-outlook-update-july-2024

energéticos, las fluctuaciones de las tasas de interés internacionales y las restricciones en las cadenas globales de suministro, elementos que pueden incidir en los costos de producción de contenidos audiovisuales, adquisición de equipos tecnológicos, servicios de telecomunicaciones y plataformas digitales.

De igual manera, organismos internacionales han identificado una tendencia creciente hacia la digitalización de los servicios de comunicación y publicidad, impulsada por el incremento en el acceso a internet, el uso masivo de redes sociales, el consumo de contenidos audiovisuales bajo demanda y la incorporación de herramientas de inteligencia artificial en los procesos de diseño, producción y segmentación de campañas de información y educación.

En el caso colombiano, dichas tendencias han favorecido la consolidación de modelos integrados de comunicación, en los cuales convergen medios tradicionales como la radio y la televisión con medios digitales, portales informativos, redes sociales y plataformas de transmisión en línea, ampliando las posibilidades de cobertura y efectividad de las estrategias de Información, Educación y Comunicación en Salud.

En consecuencia, el entorno económico internacional presenta condiciones favorables para el fortalecimiento de estrategias de difusión en salud pública, permitiendo el acceso a nuevas tecnologías y metodologías de comunicación social; sin embargo, es necesario considerar posibles variaciones en los costos asociados a servicios tecnológicos, licencias de software, producción audiovisual y pauta en plataformas digitales, las cuales podrían impactar la estructura de costos de los proveedores del sector.

- **Crecimiento PIB Internacional**

Las perspectivas de crecimiento de la economía mundial constituyen una variable relevante para el análisis del sector de medios de difusión, publicidad y comunicación estratégica, debido a su incidencia sobre las inversiones en tecnologías de la información, servicios digitales, producción audiovisual y plataformas de comunicación utilizadas para la implementación de estrategias de información, educación y comunicación en salud.

De acuerdo con las proyecciones del Fondo Monetario Internacional (FMI)[2], El crecimiento global se proyecta que se mantenga resiliente en **3,3%** en **2026** y en **3,2%** en **2027**, tasas similares al 3,3% estimado para 2025. Esta previsión representa una pequeña revisión al alza para 2026 y ningún cambio para 2027 en comparación con la Perspectiva Económica Mundial de octubre de 2025. Este desempeño estable resulta del equilibrio entre fuerzas divergentes. Los vientos en contra derivados de cambios en las políticas comerciales se ven compensados por el impulso de la inversión en tecnología, especialmente inteligencia artificial (IA), principalmente en Norteamérica y Asia, así como por el apoyo fiscal y monetario, condiciones financieras acomodaticias y la adaptabilidad del sector privado.

2 https://www.imf.org/en/publications/weo/issues/2026/01/19/world-economic-outlook-update-january-2026

Se espera que la inflación global disminuya de un estimado de 4,1% en 2025 a 3,8% en 2026 y a 3,4% en 2027. Las proyecciones de inflación se mantienen prácticamente sin cambios respecto a octubre y prevén que la inflación regrese a su objetivo más gradualmente en Estados Unidos que en otras grandes economías.

Los riesgos para el panorama económico siguen inclinados a la baja. Una reevaluación de las expectativas de crecimiento de la productividad asociadas a la IA podría llevar a una caída de la inversión y desencadenar una corrección abrupta en los mercados financieros, afectando desde empresas vinculadas a la IA hasta otros sectores y erosionando la riqueza de los hogares. Las tensiones comerciales podrían intensificarse, prolongando la incertidumbre y afectando la actividad económica. Las tensiones políticas internas o geopolíticas podrían surgir, introduciendo nuevas capas de incertidumbre y perturbando la economía global a través de su impacto en los mercados financieros, las cadenas de suministro y los precios de las materias primas. Déficits fiscales más grandes y altos niveles de deuda pública podrían presionar las tasas de interés a largo plazo y, a su vez, las condiciones financieras generales.

Por el lado positivo, la actividad podría verse impulsada aún más por la inversión relacionada con la IA y eventualmente transformarse en un crecimiento sostenible si una adopción más rápida de la IA se traduce en fuertes ganancias de productividad y mayor dinamismo empresarial. La actividad también podría beneficiarse de una reducción sostenida de las tensiones comerciales.

El crecimiento económico global para 2026-2027 será estable, con un papel destacado de la tecnología y la IA como motores de crecimiento, especialmente en Estados Unidos y Asia. Sin embargo, existen riesgos asociados a la dependencia de estos sectores y a la incertidumbre en las políticas comerciales y geopolíticas.

Por su parte, el Banco Mundial prevé que el crecimiento económico mundial continúe enfrentando desafíos asociados a las tensiones geopolíticas, la persistencia de condiciones financieras restrictivas en algunas economías desarrolladas, las fluctuaciones en los precios de la energía y las transformaciones derivadas de la digitalización de los mercados. No obstante, se observa una consolidación de sectores intensivos en conocimiento, servicios tecnológicos, industrias creativas y medios digitales, actividades estrechamente vinculadas con el objeto contractual relacionado con la prestación de servicios logísticos como central de medios.

El crecimiento económico mundial en 2025[3] se mantuvo relativamente estable antes de que estallara el conflicto en Medio Oriente, apoyado por un crecimiento sólido en algunas economías importantes y un comercio global mejor de lo esperado. Sin embargo, el informe advierte que, tras el conflicto, las perspectivas globales se deterioraron, afectando a aproximadamente dos tercios de las economías del mundo.

3 https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects#outlook

El crecimiento del 2,9% en 2025 representa una ligera mejora respecto a años anteriores, pero se espera que disminuya al 2,5% en 2026 debido a los efectos negativos del conflicto, el aumento de los precios de la energía y las condiciones monetarias más estrictas.

En consecuencia, el comportamiento esperado del PIB mundial para el período 2025–2026 refleja un entorno económico internacional relativamente estable, que favorece la disponibilidad de tecnologías, herramientas digitales, plataformas de difusión y metodologías innovadoras de comunicación social, permitiendo fortalecer las estrategias de Información, Educación y Comunicación en Salud desarrolladas en el marco del Plan de Intervenciones Colectivas (PIC) 2026.

Tabla No. 1 Crecimiento Económico Mundial (2025–2027)

Región	2025	2026	2027
Mundo	2,7 %	2,6 %	2,7 %
Economías en desarrollo	4,2 %	4,0 %	4,1 %
Asia Oriental y Pacífico	4,6 %	4,4 %	4,3 %
Europa y Asia Central	2,5 %	2,4 %	2,7 %
América Latina y el Caribe	2,2 %	2,3 %	2,6 %
Oriente Medio y Norte de África	3,4 %	3,6 %	3,9 %
Asia Meridional	6,2 %	6,2 %	6,5 %
África Subsahariana	4,1 %	4,3 %	4,5 %

Fuente: Banco Mundial. *Global Economic Prospects, January 2026.*

De acuerdo con las perspectivas económicas mundiales publicadas por el Banco Mundial en enero de 2026, la economía global mantiene un comportamiento resiliente, aunque con un crecimiento moderado. Se proyecta una expansión del PIB mundial del 2,6 % para 2026 y del 2,7 % para 2027. Las economías en desarrollo continuarían creciendo a tasas cercanas al 4 %, mientras que América Latina y el Caribe registrarían un crecimiento estimado del 2,3 % en 2026. Estas condiciones macroeconómicas favorecen la estabilidad en sectores asociados a servicios de comunicación, publicidad, producción audiovisual y plataformas digitales, actividades estrechamente relacionadas con la prestación de Servicios logísticos como central de medios para la implementación de estrategias de información, educación y comunicación en salud.

Perspectivas regionales[4]:

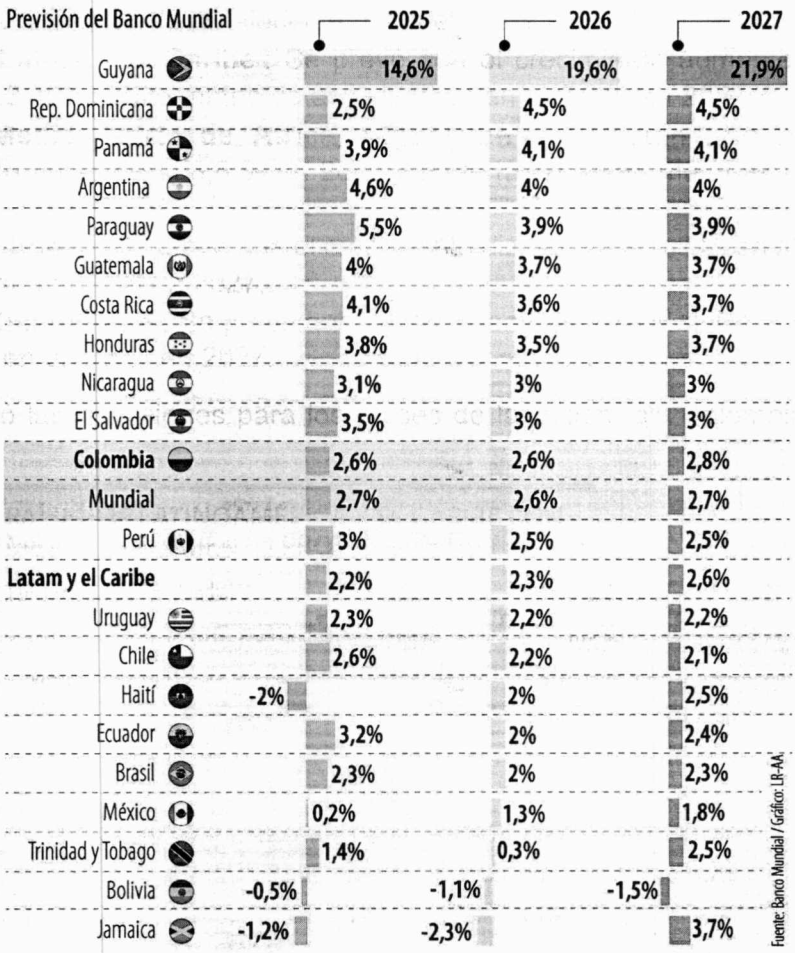
- **Asia Oriental y el Pacífico** : Se prevé que el crecimiento se desacelere hasta el 4,4 % en 2026 y hasta el 4,3 % en 2027.

4 https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2026/01/13/global-economic-prospects-january-2026-press-release?utm_source

- **Europa y Asia Central** : Se prevé que el crecimiento se mantenga estable en un 2,4 % en 2026 antes de fortalecerse hasta el 2,7 % en 2027.
- **América Latina y el Caribe** : Se prevé que el crecimiento aumente ligeramente hasta el 2,3 % en 2026, antes de consolidarse en el 2,6 % en 2027.
- **Oriente Medio, Norte de África, Afganistán y Pakistán** : Se prevé que el crecimiento aumente al 3,6 % en 2026 y se fortalezca aún más hasta el 3,9 % en 2027.
- **Asia Meridional** : Se prevé que el crecimiento disminuya al 6,2 % en 2026 antes de recuperarse al 6,5 % en 2027.
- **África subsahariana** : Se prevé que el crecimiento aumente al 4,3 % en 2026 y se consolide en el 4,5 % en 2027.

Además, presentó las previsiones para los países de la región, allí Colombia se ubica en 2,6%.

PAÍSES DE LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE CON MEJOR CRECIMIENTO PROYECTADO PARA 2026

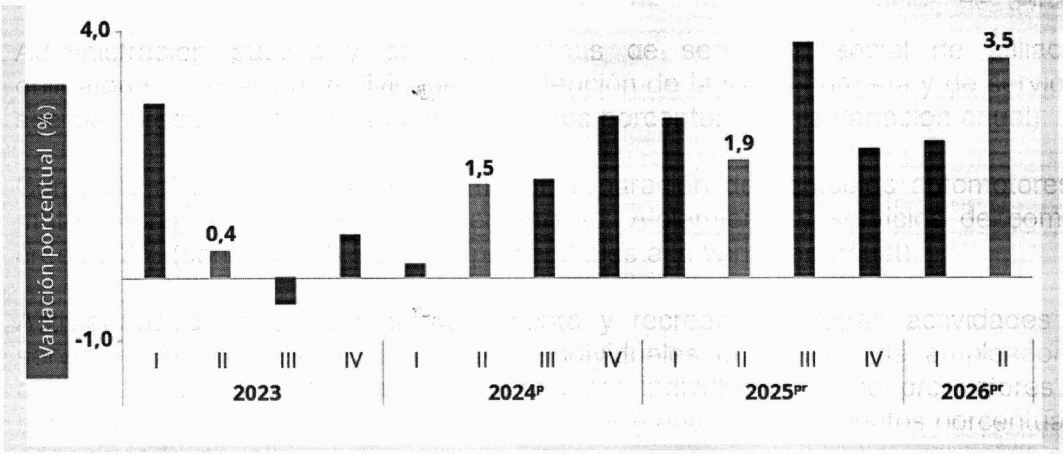


Las cifras globales reflejan una revisión al alza frente a los cálculos anteriores, con un ajuste de hasta dos décimas porcentuales para 2026. Para América Latina y el Caribe, la entidad prevé un avance económico moderado en 2026, impulsado por la recuperación gradual del consumo y la inversión, aunque el crecimiento también enfrentará restricciones por factores externos e internos.

- **PIB de Colombia**

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

Gráfico No. 1 Tasas de Crecimiento PIB en Volumen
2023-1 / 2026pr – II



Fuente: DANE, PIB_T

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 10,0% (contribuye 1,7 puntos porcentuales a la variación anual).

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

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

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

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

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 2,6% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).

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

Tabla No. 2 Valor Agregado por actividad económica - Tasa de Crecimiento en Volumen - 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

- **Información y comunicaciones**

En el segundo trimestre de 2026pr, el valor agregado de información y comunicaciones decrece 0,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 0,3%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

Tabla No. 3 Tasas de Crecimiento en volumen
Información y comunicaciones – Segundo trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026pr-II / 2025pr-II	2026pr / 2025pr	2026pr-II / 2026pr-I
Información y comunicaciones	**-0,1**	**0,7**	**0,3**

Fuente: DANE, PIB_T

- **Índice de Precios al Consumidor (IPC)**

En septiembre de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,37%, la variación año corrido fue 5,74% y la anual 6,29%.

En septiembre de 2026 la variación anual del IPC fue 6,29%, es decir, 1,11 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,18%.

Tabla No. 4 IPC Variaciones
Total Nacional 2025 – 2026 (Septiembre)

IPC	Septiembre					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,32	**0,37**	4,55	**5,74**	5,18	**6,29**

Fuente: DANE, IPC

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%).

Tabla No. 5 IPC Variación y contribución mensual
División de Gasto / Septiembre 2025 - 2026

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
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

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.

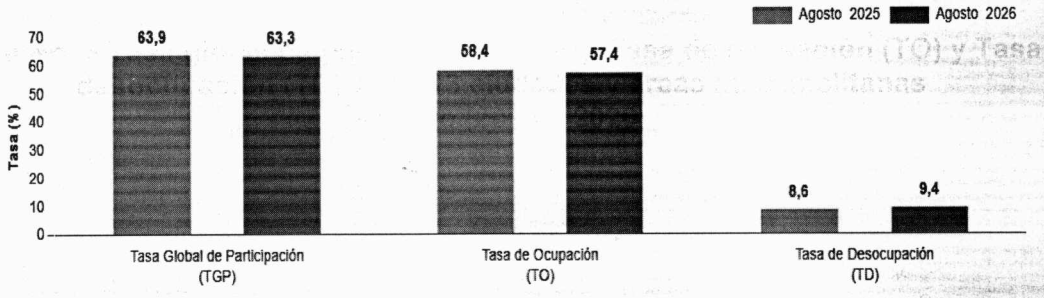
Empleo y Desempleo

Las tasas de empleo y desempleo son calculadas en Colombia por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Estos indicadores presentan la evolución en el tiempo de la proporción de personas que estando en edad de trabajar (PEA), se encuentran ocupadas y de la proporción de personas que teniendo la intenci6n de trabajar se puedan emplear.

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%).

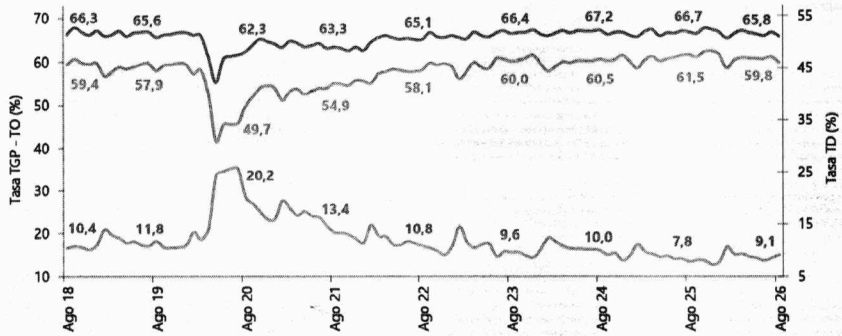
Grafica No. 2 Tasa Global de participación, Tasa de ocupación y Tasa de desocupación - Total Nacional – Agosto (2025-2026)



Fuente: DANE, GEIH

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%).

Grafica No. 3 Tasa global de participación (TGP), Tasa de ocupación (TO) y Tasa de desocupación (TD) Total 13 ciudades y áreas metropolitanas Agosto (2018 – 2026)



Fuente: DANE, GEIH

- **Población ocupada según Rama de Actividad mes agosto 2026**

En el mes de agosto de 2026, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 23.685 mil personas. Las ramas que más restaron a la variación de la población ocupada

fueron Industrias manufactureras (1,0 puntos porcentuales); Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios (0,4 puntos porcentuales) y Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (0,4 puntos porcentuales).

Tabla No. 6 Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad – Total Nacional Agosto (2025 – 2026)

Rama de actividad	Total nacional				
	Agosto 2025	Agosto 2026	Distribución % 2026	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	**23.811**	**23.685**	**100**	**-126**	
Industrias manufactureras	2.600	2.361	10,0	-240	-1,0
Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios	2.097	1.995	8,4	-102	-0,4
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.153	3.062	12,9	-91	-0,4
Actividades inmobiliarias	360	329	1,4	-31	-0,1
Actividades financieras y de seguros	479	452	1,9	-27	-0,1
Alojamiento y servicios de comida	1.862	1.845	7,8	-17	-0,1
Información y comunicaciones	408	402	1,7	-6	0,0
Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos^	573	571	2,4	-1	0,0
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.781	1.795	7,6	14	0,1
Transporte y almacenamiento	1.837	1.885	8,0	48	0,2
Construcción	1.710	1.790	7,6	80	0,3
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	3.027	3.123	13,2	96	0,4
Comercio y reparación de vehículos	3.925	4.076	17,2	150	0,6

Fuente: DANE, GEIH

- **Salario Mínimo y Auxilio de Transporte históricos en Colombia**

Teniendo en cuenta que en Colombia el SMMLV es base para el pago de salarios y honorarios así como los pagos al sistema de seguridad social, es necesario revisar la evolución del salario mínimo en Colombia, pues este incremento además de influir en el reajuste financiero de las finanzas personales de los colombianos, tiene mucho que ver en el incremento de los precios de los productos y servicios tales como salarios, arriendos, avalados, servicios públicos, entre otros, por tal razón la Entidad da una mirada al incremento que este indicador ha tenido en el tiempo, que sirve para mirar la situación de un aspecto económico particular que influye en el costo para el objeto a contratar.

Evolución del salario mínimo en los últimos 10 años.

Tabla No. 7 Evolución del SMLMV en Colombia

Año	Salario mínimo mensual S.M	Variación S.M $	Variación S.M. %	Auxilio de Transporte
2026	1.750.905	327.405	**23,7%**	249.095
2025	1.423.500	123.500	**9,50%**	200.000
2024	1.300.000	140.000	**12,07%**	162.000
2023	1.160.000	160.000	**16,00%**	140.606
2022	1.000.000	91.474	**10,07%**	117.172
2021	908.526	30.723	**3,50%**	106.454
2020	877.803	49.687	**6,00%**	102.854
2019	828.116	46.874	**6,00%**	97.032
2018	781.242	43.525	**5,90%**	88.211
2017	737.717	48.262	**7,00%**	83.140

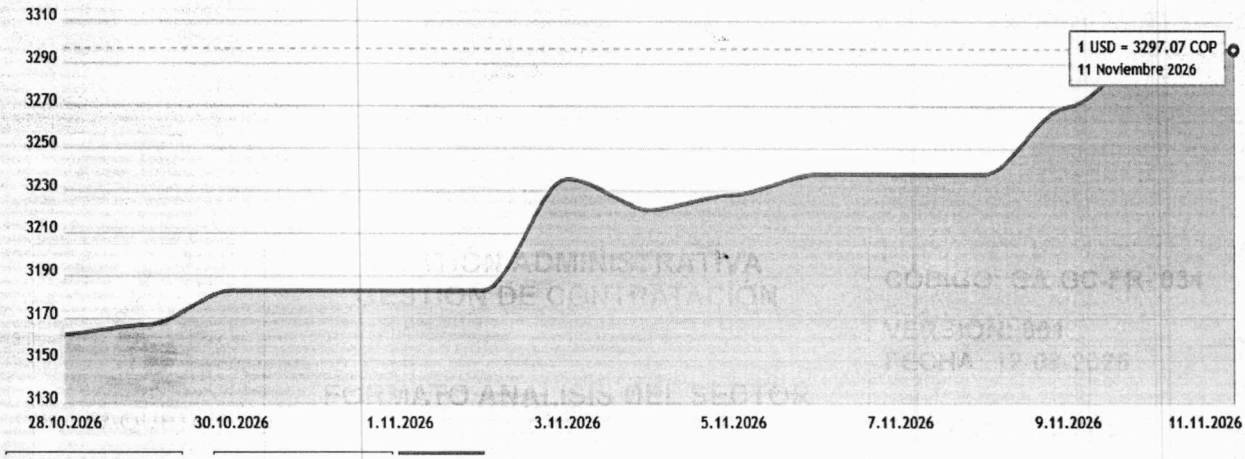
El salario mínimo en Colombia para 2026 fue fijado en $1.750.905, mientras que el auxilio de transporte fue establecido en $249.095 mensuales.

- **Tasa de Cambio (Comportamiento del Dólar)**

La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos (antes del 27 de noviembre de 1991 la tasa de cambio del mercado colombiano estaba dada por el valor de un certificado de cambio). La TRM se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros que transan en el mercado cambiario colombiano, con cumplimiento el mismo día cuando se realiza la negociación de las divisas. Actualmente la Superintendencia Financiera de Colombia es la que calcula y certifica diariamente la TRM con base en las operaciones registradas el día hábil inmediatamente anterior.

La cotización del dólar en Colombia para el día Jueves 12 de Noviembre del 2026 se mantuvo inalterada. La TRM disminuyó un 12.33% (463.86 Pesos) en referencia al mismo día del año anterior, pero subió un 3.21% (102.63 Pesos) comparando con el mismo día del mes anterior.

A continuación, se muestra la variación del TRM de los últimos quince días.



2.2 Gremios y agentes del sector

En Colombia, varios gremios y asociaciones desempeñan un papel fundamental en la prestación de servicios del presente estudio. Estas organizaciones defienden los intereses de los medios de comunicación, abogan por la libertad de expresión, promueven la calidad en los contenidos y buscan la regulación adecuada de los servicios.

A continuación, se detallan algunos de los principales gremios y asociaciones:

- **ASOMEDIOS,** Asociación Nacional de Medios de comunicación
- **ACOR** Asociación Colombiana de Radiodifusores
- **APC** Asociación de Periodistas de Colombia
- **ACTV** Asociación Colombiana de Televisión
- **CNP** Colegio Nacional de Periodistas
- **RTVC** Red de medios públicos
- **ASOTIC** Asociación de Operadores de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
- **CCIT** Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones,
- **UCEP** Unión Colombiana de Empresas Publicitarias
- **ANDA** Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia

2.3 Regulatorio

Normas de Contratación Pública

- Decreto 1372 de 1992, Reglamento del Estatuto Tributario y se dictan otras disposiciones.
- Ley 80 de 1993 "por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública".
- Decreto 111 de 1996, compilaci6n de normas que conforman el Estatuto Orgánico del Presupuesto.
- Ley 489 de 1998 0rganización y Funcionamiento de la Administración Publica
- Ley 816 de 2003 Apoyo a la industria Nacional.
- Ley 1150 de 2007 "por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia de la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con recursos públicos", establece las ANEXO 2 ANALISIS DEL SECTOR modalidades de selección, así como los principios de publicidad y selección objetiva.
- Ley 1474 de 2011 "por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública".
- Ley 1437 de 2011; por la cual se expide el código de procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.
- Decreto 1082 de 2015 por el cual el Gobierno Colombiano reglamenta el sistema de compras y contratación pública.
- Decreto 1464 de 2020, Por el cual se reglamenta parcialmente la ley 1150 de 2007 en relación con la verificación de las condiciones de los proponentes y su acreditación para el Registro Único de Proponentes a cargo de las Cámaras de Comercio y se dictan otras disposiciones.
- Para aquellos aspectos no regulados en las normas anteriores, se aplicarán las normas comerciales y civiles pertinentes, así como las reglas previstas en el pliego

de condiciones, o en las adendas que se expidan durante el desarrollo de este proceso. También tendrán aplicación las normas legales que se dicten sobre la materia durante el desarrollo de esta contratación y que deban empezar a regir durante la vigencia de la misma, con las excepciones que al respecto se determinen y las que se desprendan de las normas generales sobre vigencia de normas. Así como las demás que resulten pertinentes, se presumen conocidas por todos los proponentes.

- Del mismo modo, los proponentes deberán consultar todas las guías elaboradas y publicadas por la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente, para la presentación de la oferta y de toda la documentación del presente proceso de selección.

- Manual para la identificaci6n y cobertura del riesgo en los procesosdecontrataci6n (MICR01) Colombia Compra Eficiente.

Normativa de Medios de Comunicación y Pauta Oficial

- Ley 182 de 1995 y sus modificaciones: regulación de televisión en Colombia.
- Ley 1341 de 2009 (modificada por Ley 1978 de 2019): Régimen General de las TIC y radiodifusión.
- Decreto 2693 de 2012: Lineamientos de Gobierno en Línea para entidades públicas.
- Directiva Presidencial No. 02 de 2019: Lineamientos para la distribución de pauta oficial del Estado colombiano.
- Instrumento de Agregación de Demanda Colombia Compra Eficiente (noviembre 2025): habilitación de medios comunitarios, alternativos y digitales para recibir pauta oficial estatal.

- **ACUERDOS COMERCIALES**

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).

Tabla No. 8 Acuerdos Comerciales aplicables en el Proceso de Contratación para entidades estatales del Nivel Departamental

		Entidad Estatal incluida	Presupuesto del Proceso de Contratación superior al valor del Acuerdo Comercial	Excepción Aplicable al Proceso de Contratación	Proceso de Contratación cubierto por el Acuerdo Comercial
Alianza Pacífico	Chile	Sí	No	No	No
	México	No	No	No	No
	Perú	Sí	No	No	No
Canadá		No	No	No	No
Chile		Sí	No	No	No
Corea		Sí	No	No	No
Costa Rica		Sí	No	No	No
Estados AELC		Sí	No	No	No
Estados Unidos		Sí	No	No	No
México		No	No	No	No
Triángulo Norte	El Salvador	Sí	No	No	No
	Guatemala	Sí	No	No	No
	Honduras	No	No	No	No
Unión Europea		Sí	Sí	No	Sí
Comunidad Andina		Sí	Sí	No	Sí

Fuente. Manual para el manejo de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación M-MACPC-12

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.

Según el Manual para el manejo de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación:

https://www.colombiacompra.gov.co/archivos/manual/manual-para-el-manejo-de-los-acuerdos-comerciales-en-procesos-de-contratacion

- **Plazos de los Acuerdos Comerciales**

La siguiente tabla muestra, los plazos mínimos para presentar las ofertas y de publicación de los Documentos del Proceso que la entidad Territorial debe establecer en el cronograma del proceso:

Tabla No. 9 Plazos mínimos para presentar las propuestas

Acuerdo Comercial	Plazo general	Plazo Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes	Plazo cuando hay publicidad en el Plan Anual de Adquisiciones
Alianza Pacífico	30 días	10 días	10 días
Canadá	30 días	10 días	10 días
Chile	10 días	10 días	10 días
Corea	30 días	13 días	10 días
Costa Rica	30 días	10 días	10 días
Estados AELC	10 días	10 días	10 días
Estados Unidos	30 días	10 días	10 días
Unión Europea	30 días	10 días	10 días
Israel	40 días	10 días	10 días
México	40 días	N/A	25 días

Fuente: Colombia Compra Eficiente con base en los Acuerdos Comerciales

2.4 Análisis del producto de industria nacional

De conformidad con lo establecido en el Registro de Productores de Bienes Nacionales, se determinó que los bienes relevantes NO se encuentran incluidos en dicho registró de conformidad con el numeral 3 del Artículo 2.2.1.2.4.2.9 del Decreto 1082 de 2015.

3. ESTUDIO DE LA OFERTA

3.1 Quien vende u oferta el bien o servicios

El Departamento del Caquetá para poder identificar los participantes del mercado Regional y Nacional, se realizó la consulta en la plataforma del Secop II y por internet de las empresas que presenten el servicio de acuerdo al objeto contractual del presente proceso; se identificaron los siguientes:

Tabla No. 10 Posibles oferentes

ENTIDAD	NIT o C.C.
Edwar Roa Sandoval	17.643.825
Yolanda González Salguero y/o Enfoque Regional	40.766.138
Emisora Armonías del Caquetá	891.190.275
Integración radial independiente	891.102.631-9

Cable Sur Telecomunicaciones SAS	901.173.300-5
Peralta Quintero Comunicaciones LTDA.	900.147.945
Comunicaciones Sur Colombiana SAS	809.006.953
Productora Audiovisual TV Cinco SAS	901.520.495-1
Emisora 104.1	800.058.132
Inversiones INRAI Ltda.	830.042.619-1
Emisora Cristalina Stereo	891.102.631
Cable Sur Telecomunicaciones SAS	901.173.300
Lente Regional SAS	901.001.555
Informativo 7/24	1.117.544.006
Efectimedios S A	860.504.772-1
Sociedad De Televisión De Caldas Risaralda Y Quindío Ltda.	890.807.724-8
Marketmedios Comunicaciones S.A.S	830.104.453-1
Optima Tm S.A.S.	830.059.566-2
MF Publicidad Mercadeo Limitada	800.033.055-9
Publimetro Colombia SAS	900.438.134-4
Century Media S A S	830.075.011-4
Acomedios Publicidad y Mercadeo S.A.S.	800.000.457-4
Acceso Directo Asociados SAS	830.082.553-3
Grupo Empresarial Emisora Chaira Stereo 94.1	901.028.281
J.J Global Comunicaciones	900.799.071
Joral Publicidad	17.646.850-9
GLOBAL NET T.V ZOMAC SAS	901.490.938
Agencia de Medios del Sur	900.422.434
Gestión Logística KJM SAS	901.360.804-7
Fundación Yarumo Jardin Botánico Forestal de Cundinamarca	900.309.643-9
100% Medios SAS	804.016.983-1
Cable DVR S.A.S.	900.718.645-8

3.2 Dinámica de producción, distribución y entrega de bienes, obras o servicios

La dinámica de producción, distribución y entrega de bienes en un servicio de publicidad masiva, dentro de un sistema de información, implica la gestión eficiente de los recursos para crear y hacer llegar los mensajes publicitarios a la audiencia deseada. Esto incluye la producción de anuncios, la selección de medios y canales de distribución, y la entrega final del mensaje, todo orquestado a través de un sistema de información que facilita la gestión y el seguimiento de estas actividades.

- **Producción**:

  - **Creación de contenido:**

Se diseñan y producen los anuncios, que pueden ser piezas gráficas, videos, audios, etc., adaptados a diferentes formatos y plataformas (televisión, radio, internet, redes sociales, etc.).

- **Gestión de recursos:**

Se coordinan los equipos creativos, técnicos y logísticos necesarios para la producción, incluyendo la selección de talento, la adquisición de materiales y el uso de herramientas tecnológicas.

- **Adaptación a plataformas:**

El contenido se adapta a las características técnicas y de audiencia de cada canal de comunicación, considerando formatos, duraciones, resoluciones, etc.

- **Distribución**:

- **Selección de canales:**

Se eligen los medios y plataformas más efectivos para llegar al público objetivo, considerando su alcance, frecuencia y costo.

- **Planificación de campañas:**

Se definen los momentos y la frecuencia de publicación de los anuncios, así como la segmentación de la audiencia (edad, género, intereses, etc.).

- **Utilización de sistemas de información:**

Se emplean plataformas y software especializados para gestionar la distribución, automatizar procesos, realizar seguimiento de campañas y analizar resultados.

- **Entrega**:

- **Llegada al consumidor:**

Los anuncios son entregados a través de los canales seleccionados, ya sea de forma pasiva (televisión, radio, vallas publicitarias) o interactiva (internet, redes sociales).

- **Interacción con el consumidor:**

Se facilita la interacción del consumidor con el anuncio, ya sea a través de enlaces, botones de llamada a la acción, formularios, etc.

- **Seguimiento y análisis:**

Se monitorea el impacto de la entrega de anuncios, midiendo métricas como impresiones, clics, conversiones, etc., para evaluar la efectividad de la campaña y realizar ajustes.

3.3 Valores cotizados en el mercado

Con el fin de determinar el valor estimado del presente Proceso de Contratación, se realizó un análisis de mercado mediante la solicitud de cotizaciones. Para ello, la Secretaria de Salud Departamental – Gobernación del Caquetá solicitó mediante oficio y correo electrónico la solicitud de cotizaciones, una vez verificada las propuestas económicas se consolidó y se obtuvo como resultado los valores promedio que se relacionan en el siguiente cuadro comparativo:

Componente	Actividad	Descripción técnica	Contenido de las emisiones / piezas	Unidad de medida	Cant.	Cotización No. 3 TVONET		Cotización No. 2 Fenix Seguridad Electronica		Cotización No. 1 Cable DVR		PROMEDIO VALOR UNITARIO	PROMEDIO VALOR TOTAL
						VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL		
RADIO	Perifoneo	Producción, grabación, edición y emisión de audios informativos mediante perifoneo móvil o fijo en zonas urbanas y rurales priorizadas del Caquetá. Incluye adaptación del mensaje, locución, musicalización cuando aplique y difusión por hora según programación.	Promoción y prevención en salud, jornadas de salud pública, vacunación, prevención de enfermedades y rutas de atención.	Recorrido o emisión de perifoneo, con evidencia fotográfica.	8	126.000	1.008.000	126.350	1.010.800	126.000	1.008.000	126.117	1.008.933
	Radionovela – producción	Producción integral de piezas sonoras narrativas de entre 1 a 2 minutos. interpretación de personajes, grabación de voces, edición, musicalización, efectos sonoros y entrega de archivos listos para difusión.	Promoción y prevención en salud, jornadas de salud pública, vacunación, prevención de enfermedades y rutas de atención.	Radionovela producida y entregada en formato MP3	7	663.500	4.644.500	663.000	4.641.000	662.400	4.636.800	662.967	4.640.767

	Radionovela – emisión	Difusión de radionovelas en emisoras radiales y comunitarias, de acuerdo con la programación y cobertura definidas.	Emisión de las piezas narrativas institucionales aprobadas.	Comercial producido y certificado de emisión.	374	47.500	17.765.000	50.000	18.700.000	51.600	19.298.400	49.700	18.587.800
	Jingle – producción	Creación, producción, grabación, edición y entrega de piezas musicales publicitarias de 30 segundos, Incluye letra, interpretación vocal o locución, musicalización, mezcla y masterización, elaboradas con inteligencia artificial.	Mensajes institucionales breves y memorables para promover campañas, programas, jornadas y recomendaciones de salud pública.	Jingle producido y entregado con certificado de emisión	10	950.000	9.500.000	1.000.000	10.000.000	1.009.910	10.099.100	986.637	9.866.367
	Jingle – emisión	Difusión de jingles en emisoras radiales, según la frecuencia y cobertura contratadas.	Mensajes musicales institucionales aprobados para campañas de promoción y prevención.	Emisión radial	373	33.450	12.476.850	35.200	13.129.600	36.760	13.711.480	35.137	13.105.977
TELEVISIÓN / AUDIOVISUAL	Podcast audiovisual con lengua de señas	Producción audiovisual en formato podcast, horizontal mediante entrevistas dinámicas con profesionales de las áreas de salud pública de la	Información sobre programas, servicios, campañas, promoción de la salud, prevención de enfermedades, rutas de atención y recomendaciones	Podcast audiovisual producido y entregado EN MP4	5	3.500.004	17.500.020	3.550.000	17.750.000	3.565.000	17.825.000	3.538.335	17.691.673

		Secretaría de Salud de Caquetá de entre 10 a 25 minutos. Incluye preproducción, postproducción e interpretación en Lengua de Señas Colombiana (LSC).	de profesionales de la Secretaría de Salud.										
	Comerciales para IPS y ESE	Producción de comerciales audiovisuales de 30 segundos a 1 minuto. Incluye conceptualización, guion, grabación o animación, edición, musicalización, identidad gráfica institucional y entrega en formato digital compatible con pantallas de IPS de cada una de las ESE del departamento.	Promoción y prevención, servicios de salud, horarios de atención, jornadas, campañas, rutas de acceso y recomendaciones para usuarios de las instituciones.	Comercial audiovisual producido y entregado	11	760.000	8.360.000	800.000	8.800.000	810.000	8.910.000	790.000	8.690.000
	Comerciales para TV	Emisión de comerciales audiovisuales de 30 segundos a 1 minuto.	Promoción y prevención, servicios de salud, horarios de atención, jornadas, campañas, rutas de acceso y recomendaciones para usuarios de las instituciones.	Comercial audiovisual	120	47.500	5.700.000	50.000	6.000.000	52.000	6.240.000	49.833	5.980.000

DIGITAL	Cubrimiento en vivo y/o pregrabado de jornadas de salud pública	Cubrimiento periodístico y audiovisual en tiempo real, registro audiovisual, entrevistas, reportería, transmisión en plataformas digitales institucionales y acompañamiento técnico.	Desarrollo de jornadas, oferta de servicios, entrevistas con profesionales, recomendaciones de prevención y promoción de la salud y registro de actividades institucionales.	Jornada cubierta o transmisión en vivo, con enlace de publicación	43	267.000	11.481.000	260.000	11.180.000	263.000	11.309.000	263.333	11.323.333
	Emisión y publicación de podcast en plataformas digitales y televisión	Difusión de episodios en formato podcast a través de canales y plataformas digitales institucionales. Incluye programación, publicación y entrega de enlaces o evidencias.	Entrevistas, conversaciones con profesionales, información de interés público, orientación sobre servicios y campañas de promoción y prevención en salud.	Podcast publicado o emisión digital, con enlace de publicación	120	380.000	45.600.000	400.000	48.000.000	420.000	50.400.000	400.000	48.000.000

	Diseño de Flyers con enfoque étnico	Diseño de piezas gráficas informativas con enfoque diferencial, étnico e intercultural. Incluye elaboración de contenido, adaptación lingüística y cultural, revisión de traducciones con hablantes o representantes de las comunidades cuando sea posible, diseño y entrega digital.	Promoción y prevención, derechos y deberes en salud, jornadas institucionales, vacunación, prevención de enfermedades y acceso a servicios. Versiones en lenguas indígenas como Huitoto, Koreguaje y Nasa, sujetas a validación comunitaria.	Flyer diseñado y entregado por idioma o versión lingüística y enlace de publicación	12	161.831	1.941.972	170.350	2.044.200	170.000	2.040.000	167.394	2.008.724
	Publicación de Flyers con enfoque étnico	Publicación de piezas gráficas informativas con enfoque diferencial, étnico e intercultural. Incluye elaboración de contenido, adaptación lingüística y cultural, revisión de traducciones con hablantes o representantes de las comunidades cuando sea posible, diseño y entrega digital.	Promoción y prevención, derechos y deberes en salud, jornadas institucionales, vacunación, prevención de enfermedades y acceso a servicios. Versiones en lenguas indígenas como Huitoto, Koreguaje y Nasa, sujetas a validación comunitaria.	Flyer diseñado y entregado por idioma o versión lingüística y enlace de publicación	288	82.750	23.832.000	85.000	24.480.000	86.000	24.768.000	84.583	24.360.000
VALOR TOTAL						**7.019.535**	**159.809.342**	**7.189.900**	**165.735.600**	**7.252.670**	**170.245.780**	**7.154.035**	**165.263.574**

El valor del contrato asciende a la suma de **CIENTO SESENTA Y CINCO MILLONES DOSCIENTOS SESENTA Y TRES MIL QUINIENTOS SETENTA Y CUATRO PESOS ($165.263.574) M/CTE**, dentro del cual se encuentra incluidos todos los impuestos y deducciones realizados por la entidad.

- VER ANEXO COTIZACIONES
- VER ANEXO ESTUDIO DE MERCADO

3.4 Indicadores financieros

Con el fin de establecer los indicadores financieros y organizacionales habilitantes para el presente proceso se buscó información financiera de los oferentes referenciados anteriormente en el Registro Único Empresarial (RUES[5]) identificando los siguientes proveedores que se dedican a las actividades económicas relacionadas al objeto contractual y que reportan información financiera a 31 de Diciembre de 2025.

NIT	RAZON SOCIAL	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZON DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
830.042.619-1	Inversiones INRAI Ltda.	2,34	0,25	7,41	0,06	0,04
860.504.772-1	Efectimedios S A	1,97	0,37	121,87	0,25	0,16
890.807.724-8	Sociedad De Televisión De Caldas Risaralda Y Quindío Ltda.	1,14	0,71	Indeterminado	0,08	0,02
830.104.453-1	Marketmedios Comunicaciones S.A.S	1,32	0,56	13,45	0,37	0,16
900.422.434-9	Agencia de Medios del Sur	2,56	0,21	12,32	0,15	0,12
830.059.566-2	Optima Tm S.A.S.	2,66	0,52	Indeterminado	0,03	0,01
900.438.134-4	Publimetro Colombia SAS	0,60	1,36	-1,64	0,40	-0,14
830.075.011-4	Century Media S A S	2,56	0,65	4,96	0,36	0,12
800.000.457-4	Acomedios Publicidad y Mercadeo S.A.S.	2,75	0,37	72,84	0,36	0,23
804.016.983-1	100% Medios SAS	2,34	0,36	Indeterminado	0,47	0,30
900.718.645-8	Cable DVR S.A.S.	1,61	0,18	Indeterminado	0,17	0,14

[5] Consulta en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) es una herramienta creada a partir del artículo 11 de la ley 590 de 2000
ParaIntegrarelantiguoregistromercantHyelreglstrotinicodeproponentes.EIRUES,enelsentidomasslmple,esconslderadocomolacentral de Información de las cámaras de comercio que lo conforman

Después de aplicar las medidas de tendencia central, se procedió a seleccionar los indicadores más relevantes y adecuados para el proceso, los cuales serán utilizados como base para establecer los requisitos de capacidad financiera y organizacional.

MEDIAS DE TENDENCIA	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZON DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
MEDIANA	2,34	0,37	12,32	0,25	0,12
MEDIA PODADA	1,99	0,50	33,03	0,25	0,11
DESVIACIÓN ESTANDAR	0,72	0,33	46,43	0,15	0,12

De acuerdo con la información previamente expuesta en el cuadro anterior, y prevaleciendo los principios de la contratación estatal, como la pluralidad de oferentes y la libre concurrencia, además de considerar diversos factores que rodean el presente proceso contractual, como la cuantía, la forma de pago y el plazo, entre otros, la entidad estatal aplica la fórmula estadística de la Desviación estándar.

INDICE DE CAPACIDAD FINANCIERA

Estos indicadores buscan establecer unas condiciones mínimas que reflejan la salud financiera de los proponentes a través de su liquidez y endeudamiento. Estas condiciones muestran la aptitud del proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato, por lo cual constituyen un filtro, tanto para la entidad contratante como para el participante, en la medida que proyectan la fuerza económica del futuro contratista para la ejecución del contrato.

Los indicadores de capacidad financiera son: Índice de liquidez, índice de endeudamiento y la razón de cobertura de intereses; los anteriores indicadores están relacionados con la salud financiera y las condiciones económicas de los proponentes.

Indicadores de Capacidad Financiera Exigidos

INDICADOR	ÍNDICE REQUERIDO
Índice de liquidez (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	Mayor o igual a 0,72
Índice de endeudamiento (Pasivo Total / Activo Total)	Menor o igual a 0,33
Razón de cobertura de intereses (Utilidad Operacional / Gastos de Intereses)	Mayor o igual a 46,43 o Indeterminado

INDICE DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL

La capacidad organizacional es la aptitud de un proponente para cumplir cabalmente el objeto del contrato en función de su organización interna, el Decreto 1082 de 2015 definió los indicadores de rentabilidad para medir la capacidad organizacional de un proponente teniendo en cuenta que está bien organizado cuando está rentable.

Indicadores de Capacidad Organizacional Exigidos

INDICADOR	ÍNDICE REQUERIDO
Rentabilidad sobre patrimonio: Utilidad Operacional / Patrimonio	Mayor o igual a 0,15
Rentabilidad sobre activos: Utilidad Operacional / Activo Total	Mayor o igual a 0,12

Nota. Cuando el proponente tenga indicadores, categorizados en el RUP como **Indeterminados y/o cero (0),** la entidad dará por valido el cumplimiento del indicador solicitado.

- **PROPONENTES PLURALES**

En un Proceso de Contratación se pueden presentar oferentes plurales por medio de uniones temporales, consorcios y promesas de sociedad futura. La Entidad Estatal ha determinado que, para el presente proceso de contratación, el procedimiento para calcular los indicadores de los oferentes plurales a partir de la información de cada integrante del oferente plural es la siguiente:

Para ello los oferentes plurales conformados por medio de uniones temporales, consorcios y promesas de sociedad futura, deberán allegar dentro de su documentación en medio física y magnética el detallado de los aportes de participación de cada uno y la determinación de cada uno de ellos.

Ponderación de los componentes de los indicadores:

En esta opción cada uno de los integrantes del oferente aporta al valor total de cada componente del indicador de acuerdo con su participación en la figura del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

La siguiente es la fórmula aplicable para los indicadores que son índices en la opción 1:

Donde n es el número de integrantes del proponente plural (unión temporal o consorcio).

En caso de consorcios o uniones temporales, se deberá anexar a la propuesta el Registro Único de Proponentes de cada uno de los miembros del consorcio o de la unión temporal.

4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

4.1 Adquisiciones previas otras entidades

NO. PROCESO SECOP	IM_MC_007_2026		
MODALIDAD DE SELECCIÓN	Mínima cuantía		
TIPO DE CONTRATO	Prestación de servicios		
NUMERO DE CONTRATO	073-2026	**FECHA DE SUSCRIPCIÓN**	12/06/2026
OBJETO	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN, TRANSMISIÓN Y DIFUSIÓN DE CUATRO (4) PROGRAMAS AUDIOVISUALES EN REDES SOCIALES DIGITALES, DESDE DISTINTAS SEDES DE L A PRIMERA FASE DEL MUNDIAL D E FÚTBOL 2026, ORIENTADOS A L A PROMOCIÓN TURISTICA, CULTURAL E INSTITUCIONAL DEL MUNICIPIO DE PUERTO LÓPEZ – META		
ENTIDAD CONTRATANTE	INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTE, RECREACION, CULTURA Y TURISMO DEL MUNICIPIO DE PUERTO LOPEZ – META		
VALOR DEL CONTRATO	$ 46.140.000		
CONDICIONES DE PAGO	UN (01) PAGO TOTAL A LA LIQUIDACIÓN DEL CONTRATO		
CAPACIDAD FINANCIERA	**LIQUIDEZ**	N/A	
	CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO	N/A	
	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERÉS.	N/A	
CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	**RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO**	N/A	
	RENTABILIDAD DEL ACTIVO.	N/A	
EXPERIENCIA EXIGIDA	Máximo un (01) contrato celebrado con entidades públicas o privadas, cuyo objeto corresponda a Prestación de servicios para la ejecución de plan de medios		
PLAZO			

	1 MES
LUGAR DE ENTREGA	N/A
GARANTÍAS	Cumplimiento del contrato: 10% del valor de contrato Pago de salarios, prestaciones sociales e indemnización laborales: 15% del valor de contrato Calidad de servicios: 10% del valor de contrato Responsabilidad civil Extracontractual: Equivalente a 200 SMLMV

NO. PROCESO SECOP	SAMC-005-2026		
MODALIDAD DE SELECCIÓN	Selección abreviada menor cuantía		
TIPO DE CONTRATO	Prestación de servicios		
NUMERO DE CONTRATO	CPS-136-2026	**FECHA DE SUSCRIPCIÓN**	02/06/2026
OBJETO	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA LA DIVULGACIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y GESTIÓN REALIZADA POR LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE BARICHARA -SANTANDER BRINDANDO INFORMACIÓN A LA COMUNIDAD A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN.		
ENTIDAD CONTRATANTE	MUNICIPIO DE BARICHARA		
VALOR DEL CONTRATO	$ 89.410.000		
CONDICIONES DE PAGO	PAGOS MENSUALES		
CAPACIDAD FINANCIERA	**LIQUIDEZ**		1,5 o Indeterminado
	CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO		0,60
	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERÉS.		1,5 o Indeterminado
CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	**RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO**		0,02
	RENTABILIDAD DEL ACTIVO.		0,06
EXPERIENCIA EXIGIDA	Tres (03) contratos inscritos en el RUP cuyo objeto o actividades se encuentren relacionado con el objeto del presente contrato.		

PLAZO	7 MESES
LUGAR DE ENTREGA	N/A
GARANTÍAS	Seriedad de la Oferta: 15% del valor del presupuesto oficial Cumplimiento del contrato: 20% del valor de contrato Pago de salarios, prestaciones sociales e indemnización laborales: 10% del valor de contrato

4.2 Adquisiciones previas de la entidad

NO. PROCESO SECOP	DC-SA-SAMC-020-2025		
MODALIDAD DE SELECCIÓN	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA		
TIPO DE CONTRATO	PRESTACION DE SERVICIOS		
NUMERO DE CONTRATO	202500000772	**FECHA DE SUSCRIPCIÓN**	29/07/2026
OBJETO	PRESTACION DE SERVICIOS LOGISTICOS COMO CENTRAL DE MEDIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE EDUCACIÓN E INFORMACIÓN EN SALUD DEL PLAN DE SALUD PÚBLICA DE INTERVENCIONES COLECTIVAS DEPARTAMENTAL 2025		
ENTIDAD CONTRATANTE	GOBERNACION DEL CAQUETA		
VALOR DEL CONTRATO	$149.999.450		
CONDICIONES DE PAGO	PAGOS PARCIALES		
CAPACIDAD FINANCIERA	**LIQUIDEZ**		Mayor o igual 3,14
	CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO		Menor o igual 0,28
	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERÉS.		Mayor o igual 27,33 o Indeterminado
CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	**RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO**		Mayor o igual 0,31
	RENTABILIDAD DEL ACTIVO.		Mayor o igual 0,17
EXPERIENCIA EXIGIDA	Tres (03) contratos		
PLAZO	6 MESES		

LUGAR DE ENTREGA	Oficina de prensa de la Gobernación de Caquetá
GARANTÍAS	Cumplimiento general: 20% del valor del contrato Pago de salarios, prestaciones sociales legales e indemnizaciones laborales: 5% del valor total del contrato Calidad del servicio: 20% del valor del contrato

NO. PROCESO SECOP	DC-SA-SAMC-023-2024		
MODALIDAD DE SELECCIÓN	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTIA		
TIPO DE CONTRATO	PRESTACION DE SERVICIOS		
NUMERO DE CONTRATO	202400000924	**FECHA DE SUSCRIPCIÓN**	19/09/2024
OBJETO	PROPORCIONAR LOS SERVICIOS COMO CENTRAL DE MEDIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE EDUCACIÓN E INFORMACIÓN EN SALUD DEL PLAN DE SALUD PÚBLICA DE INTERVENCIONES COLECTIVAS DEPARTAMENTAL 2024 DE CONFORMIDAD CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE, LINEAMIENTOS Y DIRECTRIZ ESTABLECIDA POR PARTE DE LA SECRETARÍA DE SALUD DEPARTAMENTAL		
ENTIDAD CONTRATANTE	GOBERNACION DEL CAQUETA		
VALOR DEL CONTRATO	$250.000.000		
CONDICIONES DE PAGO	PAGOS PARCIALES		
CAPACIDAD FINANCIERA	**LIQUIDEZ**		Mayor o igual 2,13
	CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO		Menor o igual 0,39
	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERÉS.		Mayor o igual 9,37
CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	**RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO**		Mayor o igual 0,24
	RENTABILIDAD DEL ACTIVO.		Mayor o igual 0,12
EXPERIENCIA EXIGIDA	Tres (03) contratos		
PLAZO	100 Días		

LUGAR DE ENTREGA	Oficina de prensa de la Gobernación de Caquetá
GARANTÍAS	Cumplimiento del Contrato: 20% del Valor del contrato Calidad del servicio prestado: 20% del Valor del contrato Pago de salarios, prestaciones sociales, indemnizaciones y aportes parafiscales: 5% del valor del contrato Seriedad de la Oferta: 10 % del Valor del contrato

En constancia de lo anterior,

Comité estructurador

ESTRUCTURADOR TÉCNICO Y ECONÓMICO	ESTRUCTURADOR FINANCIERO
NASHELY CATALINA LOBO HOYOS Director Técnico de Salud Pública (E) Decreto N° 001119 del 05 noviembre de 2026	**ADRIANA SIERRA SANDOVAL** Profesional contratista **Dirección de Salud Pública**

FIRMA DEL JEFE DE OFICINA O SECRETARIO
Aprueba: **MALLERLY GONZÁLEZ ARIAS** Secretaria de Salud Departamental

5. FUENTES CONSULTADAS

- Fondo Monetario Internacional – FMI. (2025). World Economic Outlook – WEO, abril de 2025. Washington D.C. Disponible en: https://www.imf.org/en/Publications/WEO
- Banco Mundial. (2025). Global Economic Prospects, junio de 2025. Washington D.C. Disponible en: https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects
- CIIU_Rev_4_AC2022.pdf
- DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).
- DANE, IPC.
- DANE, PIB_T
- RUES-Registro Único Empresarial y Social (https://www.rues.org.co/)
- SECOP 2 (https://www.colombiacompra.gov.co/secop-ii)

Proyectó:
ADRIANA SIERRA SANDOVAL
Contratista – Contrato No. 202600000630
Dirección de Salud Pública
Gobernación del Caquetá

Elaboró:	Cristian Andrés Rodríguez Collazos	Revisó:	Angy Carolina Rojas Rivas	Aprobó:	Diego Felipe Pinto Diaz
Firma:		Firma:		Firma:	
Cargo:	**Contratista**	**Cargo:**	**Directora Dirección de Contratación**	**Cargo:**	**Presidente del Comité Institucional de Gestión y Desempeño**