

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 1 de 14

ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO

OBJETO


Prestar los servicios de elaboración y diseño para la implementación de la estrategia integral de comunicación para medios tradicionales y alternativos que apoyen el posicionamiento a nivel nacional que permita la apropiación y sensibilización de las políticas públicas, planes, programas y proyectos liderados por Minjusticia, en virtud del Contrato Interadministrativo 0425 de 2020 suscrito con el Ministerio de Justicia y del Derecho Todo de conformidad con la naturaleza del servicio y la propuesta presentada por el contratista, la cual hace parte de la presente contratación.

septiembre de 2020

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 2 de 14

Contenido

1. Descripción de la Necesidad.....	3
2. Sector Económico	4
3. Análisis del Mercado.....	4
3.1. Aspecto Económico:.....	4
3.1.1. Variables Económicas que Afectan el sector	6
3.2. Aspecto Técnico.....	8
3.3. Aspecto Regulatorio:.....	11
3.3.1. Determinación Indicadores Financieros.....	12
4. Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado.....	13
5. Conclusiones.....	14
6. Anexos	14

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 3 de 14

1. Descripción de la Necesidad.

El CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA LTDA. en adelante TEVEANDINA LTDA., tiene por objeto principal la prestación y explotación del servicio de televisión regional, de conformidad con los fines y principios del servicio de televisión establecidos en las Leyes 182 de 1995, 335 de 1996 y 680 de 2001 y, así mismo, presta, opera y comercializa el servicio público de televisión regional, para lo cual desarrolla las actividades enmarcadas en la producción, coproducción, programación, emisión y comercialización, y en general todas actividades que conducen al desarrollo del objeto social para el cual fue creada como Empresa Industrial y Comercial del Estado, con sujeción a las normas especiales legales vigentes de derecho privado.

Mediante el Decreto 878 de 1998, que aprobó los Estatutos Internos y demás reformas estatutarias, se estableció que la Entidad tiene como actividades principales, el manejo, la explotación y la comercialización del servicio de televisión dentro del territorio nacional, e igualmente, la prestación de servicios de comercialización de espacios en medios de comunicación, así como en eventos desarrollados para los mismos.

TEVEANDINA LTDA., desarrolla su actividad contractual enmarcada dentro de los postulados del derecho privado, así como las condiciones normativas indicadas en el artículo 37 de la Ley 182 de 1995, el artículo 14 de la Ley 1150 de 2007 modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011 y su Manual de Contratación adoptado mediante el Acuerdo 008 de 2017 y las normas que lo modifiquen o adicione, y para el desarrollo de su objeto principal y el funcionamiento de la Entidad, es así que para el desarrollo de su objeto social puede suscribir contratos, convenios y contratos interadministrativos, entre otros, en los cuales se obliga a ejecutar proyectos relacionados con su objeto misional y demás actividades previstas en sus estatutos.

Asimismo, en el marco del Acuerdo 008 de 2015, se realizó reforma a los Estatutos Internos del Canal, y mediante el artículo 6. estableció las actividades que el Canal podrá ejecutar en desarrollo de su objeto social, dentro de las cuales se consagraron: "(...) 16. *Suscribir convenios y/o contratos para prestar servicios de asesoría e implementación en materia de comercialización, mercadeo de espacios (en medios ATL, BTL y digitales) y posicionamiento de marca en medios de comunicación y demás actividades conexas (...)*".

De igual forma, TEVEANDINA LTDA., podrá en desarrollo de su objeto social, suscribir contratos, convenios y contratos interadministrativos, entre otros, en los cuales se obliga a ejecutar proyectos relacionados con su objeto misional y demás actividades previstas en sus estatutos.

En virtud de lo anterior, TEVEANDINA LTDA., ha suscrito diferentes Contratos y/o Convenios Interadministrativos, entre los cuales, se encuentra el Contrato Interadministrativo No. 0425 de 2020 suscrito con el Ministerio de Justicia y del Derecho, el cual tiene por objeto: "*Prestar servicios de operador de comunicaciones al Ministerio de Justicia y del Derecho MJD en cumplimiento de sus procesos misionales, realizando actividades de producción integral y difusión de piezas comunicativas, a partir del diseño e implementación de un plan de medios, que permita la apropiación y sensibilización de las políticas públicas, planes, programas y proyectos liderados por el Ministerio*"

Que dentro de las obligaciones específicas del Contrato Interadministrativo antes citado se encuentra en la cláusula tercera – obligaciones de Teveandina Ltda., que versa de la siguiente manera:

(...) CLÁUSULA TERCERA. - OBLIGACIONES DE TEVEANDINA LTDA: *En desarrollo del objeto del presente Contrato, -TEVEANDINA LTDA. contrae las siguientes obligaciones:*

ESPECÍFICAS:

2. Diseñar, ejecutar e implementar un plan de medios que apunte a la recordación de los mensajes institucionales del Ministerio de Justicia y del Derecho, optimizando al máximo los recursos destinados para tal fin. (...)

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 4 de 14

Por lo anterior, y para dar al cumplimiento a los compromisos señalados en el Contrato Interadministrativo No. 0425 de 2020 suscrito con el Ministerio de Justicia y del Derecho, en especial en lo que compete al diseño, ejecución e implementación del plan de medios se hace necesario que TEVEANDINA LTDA., adelante un proceso de selección público de acuerdo a lo establecido por su manual de contratación para contratar una empresa que preste el servicio especializado de central de medios, con experiencia en sector para cumplir con el objeto ya descrito.

TEVEANDINA LTDA., para adelantar la ejecución de las necesidades derivadas de sus clientes y de los Contratos Interadministrativos suscritos en virtud de su objeto social cuenta con su manual de contratación que permite la celebración de contratos, mediante la adopción de procesos de selección tales como la **OFERTA POR INVITACIÓN** que garanticen la pluralidad de oferentes y la selección objetiva de contratistas y proveedores con los cuales se realice la adquisición de los bienes, obras y servicios requeridos; y así atender de manera competitiva y satisfactoria las necesidades de sus clientes y de los proyectos que se ejecutan en el marco de los convenios, a través de procesos simplificados.

En consecuencia, la Entidad requiere realizar un proceso objetivo y transparente de selección en la modalidad de **OFERTA POR INVITACIÓN** teniendo en cuenta la especificidad técnica y el hecho de actuar como Ejecutor en el desarrollo de Convenios y en este caso específico del Contrato Interadministrativo suscrito con Minjusticia, y a su vez que permita escoger el proponente que acredite las calidades técnicas, financieras y jurídicas para llevar a cabo las necesidades del canal frente a los servicios de central de medios que debe cubrir en el marco del Contrato Interadministrativo No. 0425 de 2019 suscrito entre TEVEANDINA LTDA. y el Ministerio de Justicia y del Derecho.

2. Sector Económico

En virtud, de las obligaciones contractuales contraídas por TEVEANDINA Ltda., mediante el negocio jurídico interadministrativo multicitado, se hace necesario realizar proceso de selección del futuro contratista. A continuación, se presenta el análisis correspondiente al sector económico de Información y comunicación, al cual pertenece al objeto del contrato. Es decir, el análisis del mercado relativo al proceso de contratación. Para ello, se hace una revisión de los aspectos generales del mercado, cómo y quiénes pueden Prestar los servicios de elaboración y diseño para la implementación de la estrategia integral de comunicación para medios tradicionales y alternativos que apoyen el posicionamiento a nivel nacional que permita la apropiación y sensibilización de las políticas públicas, planes, programas y proyectos liderados por Minjusticia.

3. Análisis del Mercado

Se analizarán a continuación los siguientes aspectos: Económico, Técnico y Regulatorio.

3.1. Aspecto Económico:

Esta actividad pertenece al sector de Información y Comunicación, y las actividades a desarrollar al subsector de Comunicaciones; y en dicho subsector se pueden encontrar empresas que presten los servicios de elaboración y diseño para la implementación de la estrategia integral de comunicación para medios tradicionales y alternativos que apoyen el posicionamiento a nivel nacional que permita la apropiación y sensibilización de las políticas públicas, planes, programas y proyectos liderados por Minjusticia

Según el DANE, en julio de 2020, cuatro de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con julio de 2019.

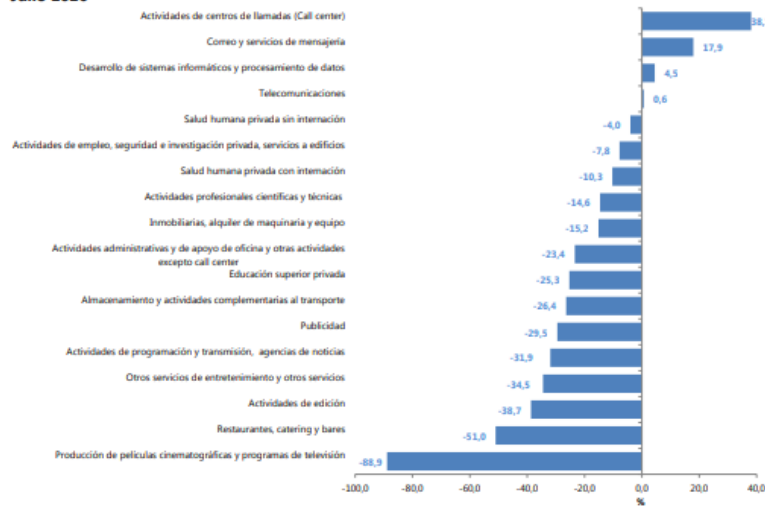
Se toma como referente la Encuesta Mensual de Servicios (EMS) correspondiente al mes de julio de 2020, teniendo en cuenta que este boletín técnico, es el más reciente que ha emitido el DANE, en consecuencia, es el más idóneo para realizar el comparativo en cuanto a la variación del mismo mes para los años 2019 - 2020.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 5 de 14

Encuesta Mensual de Servicios (EMS)

Julio de 2020

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios Total Nacional Julio 2020^p




Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional

Fuente: Boletín DANE julio 2020 ¹

- El siguiente listado recopila las empresas cotizadas en el sector

PROVEEDOR	CORREO
BERMUDEZ ASOCIADOS TELEVISION SAS	medios@bermudezasociados.com
CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS SA	ghernandez@grupocnm.com
DORTIZ PUBLICIDAD Y MEDIOS SAS	mariamercdestellez@gmail.com
	dane.ortiz@dortiz.com.co
ESTRELLA GRUPO EMPRESARIAL SA	jeannethbernal@estrella.com.co
GRUPO ONE SAS	sandra.moscoso@grupoone.com
	maria.herrera@grupoone.com
HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.	marlen.zambrano@havasmg.com
	Miguel.Medina@havasmg.com
INVENTIVE MARKETING SAS	marcela.santamaria@outlook.com

¹ https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_julio20.pdf

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 6 de 14

QUIROGA AGENCIA MEDIOS SUCURSAL COLOMBIA	gsuarez@quirogamedios.com
UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S.	mmartinez@universalcomunicaciones.com
	gbonilla@universalcomunicaciones.com

3.1.1. Variables Económicas que Afectan el sector

- **IPC (Índices Precios al Consumidor)**

DANE
INFORMACIÓN PARA TODOS

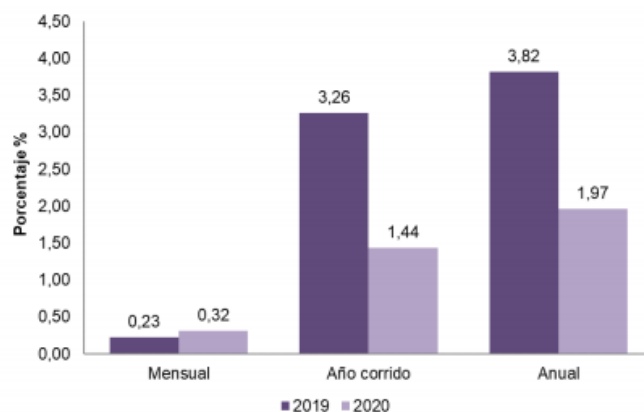
Bogotá
5 de octubre de 2020

Boletín Técnico
Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Septiembre 2020

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Septiembre 2020

Gráfico 1. IPC Variaciones Total, nacional Septiembre 2019 - 2020



Fuente: DANE, IPC.

Fuente: Boletín Técnico IPC DANE septiembre 2020

En el mes de septiembre de 2020, el IPC registró una variación de 0,32% en comparación con agosto de 2020, cuatro divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,32%): información y comunicación (2,55%), transporte (0,83%), alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,51%) y por último, bienes y servicios diversos (0,39%). por debajo se ubicaron: salud (0,28%), restaurantes y hoteles (0,28%), prendas de vestir y calzado (0,26%), bebidas alcohólicas y tabaco (0,15%), muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,11%), recreación y cultura (-0,02%), alimentos

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 7 de 14

y bebidas no alcohólicas (-0,04%) y por último, educación (-2,77%).²

**Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Septiembre 2019 - 2020**

Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	2019		2020	
			Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)
Información y comunicación	4,33	-0,02	0,00	2,55	0,11	0,11
Transporte	12,93	0,05	0,01	0,83	0,17	0,17
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,21	0,07	0,51	0,17	0,17
Bienes y servicios diversos	5,36	0,32	0,02	0,39	0,02	0,02
TOTAL	100,00	0,23	0,23	0,32	0,32	0,32
Salud	1,71	0,28	0,00	0,28	0,00	0,00
Restaurantes y hoteles	9,43	0,33	0,03	0,28	0,03	0,03
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,13	0,00	0,28	0,01	0,01
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	-0,17	0,00	0,15	0,00	0,00
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,07	0,00	0,11	0,00	0,00
Recreación y cultura	3,79	-0,43	-0,02	-0,02	0,00	0,00
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,46	0,07	-0,04	-0,01	-0,01
Educación	4,41	0,90	0,04	-2,77	-0,12	-0,12

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.

Fuente: Boletín DANE septiembre 2020

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,32%), se ubicaron en las divisiones de: alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles e información y comunicación, las cuales aportaron 0,27 puntos porcentuales a la variación total.

- **PIB:** Producto Interno Bruto




Fuente: Boletín DANE segundo semestre de 2020

- **Comportamiento del mercado**

Teveandina LTDA, en cumplimiento del objeto misional inmerso en sus estatutos que versa sobre "la prestación y explotación del servicio de televisión regional, de conformidad con los fines y principios del servicio de televisión establecidos en la Ley 182 de 1995.

Así mismo podrá prestar otros servicios de telecomunicaciones y de aplicaciones que permitan la convergencia digital, así como las demás actividades descritas en los presentes estatutos." y en consideración del Contrato Interadministrativo No. 0425 de 2020 suscrito con el Ministerio de Justicia y del Derecho, es necesario atender obligaciones de Prestar los servicios de elaboración y diseño para la implementación de la estrategia integral de comunicación para medios tradicionales y alternativos que apoyen el posicionamiento a nivel nacional que permita la apropiación y sensibilización de las políticas públicas, planes, programas y proyectos liderados por

² https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_sep20.pdf

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 8 de 14

Minjusticia

3.2. Aspecto Técnico

Para la prestación de este servicio se requiere cumplir con los siguientes aspectos técnicos:

Obligaciones concernientes al FEE MENSUAL:

1. El CONTRATISTA debe contar con el siguiente equipo humano mínimo, con capacidad para desempeñar los siguientes roles:

a. Coordinador de Medios, ATL y digital:

FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA
Profesional en comunicación social, mercadeo y publicidad, administración de empresas o carreras afines.	Mínimo cinco (5) años de experiencia contados a partir de la terminación y aprobación del pensum académico de educación superior, en el área de comunicaciones, publicidad, servicio al cliente/usuario, planeación estratégica y medios.	Cinco (5) años como director de cuentas y/o de medios en cargos que manejen medios de comunicación masivos o en centrales de medios.

b. Junior Campaign Manager ATL Y DIGITAL:

FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA
Profesional en Comunicación Social, Mercadeo y Publicidad, Administración de Empresas o carreras afines.	Mínimo (3) años de experiencia contados a partir de la terminación y aprobación del pensum académico de educación superior, en áreas de publicidad, mercadeo, comunicaciones o medios.	Dos (2) años en compra e implementación de campañas de publicidad y medios en Tv, radio y plataformas digitales de subasta (Google – Facebook – compra programática), entre otras.

Nota: Ninguna de las personas que se presenten como parte del equipo de trabajo podrá desarrollar de manera simultánea dos o más roles.

El equipo humano antes descrito debe llevar cabo las actividades relacionadas a continuación:

- a) El equipo de medios, presentado por el CONTRATISTA, se debe involucrar y presentar propuestas sobre la implementación de piezas complementarias que se considere pertinentes para alcanzar los objetivos expuestos, siempre y cuando su elaboración no vaya en contra de los lineamientos de la marca enmarcados en el manual o exceda el presupuesto asignado para la ejecución del contrato.
- b) Entregar al Supervisor del Contrato todos los documentos, reportes escritos, desarrollo de herramientas estratégicas, análisis de competencia, revisión de tendencias, información de consumidor, entre otros, que se hayan realizado y aportado durante la fase de planeación y en general durante la ejecución del Contrato. La entrega de la información debe realizarse con los informes mensuales si hubo lugar a ellos.
- c) Elaborar y entregar mensualmente al supervisor del Contrato, un informe cualitativo y cuantitativo que le permita evaluar los resultados de su inversión en cada una de las campañas y medios de comunicación que se autoricen. Para estos efectos, el CONTRATISTA deberá contar con las principales herramientas, estudios y aplicaciones necesarias, como lo son el EGM, IBOPE, ECAR, herramientas de medición digital y otras. De igual manera entregar un informe de cierre consolidado de acuerdo con los parámetros establecidos por la supervisión designada por Teveandina Ltda.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 9 de 14

- d) Entregar un estudio completo de cada uno de los target y competencia que maneje el cliente para cada campaña de la percepción de los ciudadanos respecto a las campañas institucionales implementadas en la entidad que contemple: Post test: estudio cuantitativo donde se evalúe las personas que vieron la campaña, en qué medios, cuántos ciudadanos fueron persuadidos con el mensaje y qué cambios de actitudes y hábitos logran manifestar los ciudadanos con los mensajes vistos, así como el cumplimiento de los indicadores propuestos.
- e) Contar de manera permanente durante la ejecución del contrato, con el Estudio General de Medios (EGM), el Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR), el IBOPE, TGI, COMSCORE estudios propios y otros estudios necesarios, para la correcta y efectiva planificación, direccionamiento estratégico, ordenación y compra de medios correspondientes de acuerdo con las necesidades planteadas por Teveandina Ltda.

3.2.1 Obligaciones concernientes a la AGENCIA DE MEDIOS:

1. Para las campañas se debe tener en cuenta:

- a) Realizar a solicitud de TEVEANDINA la entrega de los documentos, reportes escritos, desarrollo de herramientas estratégicas, análisis de competencia, revisión de tendencias, información de consumidor, estrategia digital, entre otros, que se hayan realizado y aportado durante la fase de planeación y en general durante la ejecución del objeto contractual.

2. La creación de campañas comprende las siguientes actividades:

- a) Presentación argumentada para cada campaña de manera integral, la cual debe incluir:
 - Mínimo los siguientes aspectos clave del brief (Ej. antecedentes, grupo objetivo, datos relevantes de la competencia, objetivos de comunicación, objetivos estratégicos, entre otros, target, consumo de medios)
 - Propuesta de medios y canales sugeridos para la divulgación de la campaña: medios 360°, tanto internos como externos (según corresponda, de acuerdo con los objetivos de la campaña).
 - KPI`S Propuestos

3. Las campañas podrán ser de tipo:

- **Institucional:** Comunicación y divulgación externa e interna sobre productos, servicios, gestión, direccionamiento estratégico y demás información necesaria para el posicionamiento de la empresa, imagen y marca hacia los grupos de interés.
- **Educativa:** Dando información pedagógica sobre la necesidad del ahorro para proteger la vejez de los colombianos.
- **Digital:** Donde la fortaleza sean los contenidos para redes sociales.

4. La creación del plan de medios comprende las siguientes actividades:

- a) Elaborar el análisis y listado de medios (digitales, prensa, OHH, TV y radio) idóneos para la transmisión de los mensajes de comunicación, divulgación, educación, posicionamiento y gestión reputacional, de acuerdo con concepto comunicacional de la campaña creativa, dando prioridad a aquellos medios en a los cuales se les otorgó un mayor porcentaje de descuentos en los factores de ponderación económica.
- b) Realizar un análisis y diagnóstico con base en esto, elaborar y proponer estrategias para realizar de manera asertiva, la divulgación de las piezas de las campañas (Audiovisuales, piezas gráficas, cuñas, contenidos para prensa, revistas y digital, etc.) a los diferentes grupos de interés definidos por Teveandina Ltda.
- c) Soportar el plan de medios de cada campaña con estudios de mercado y herramientas especializadas y reputadas en medios de comunicación masivos y digitales a nivel nacional, tales como: IBOPE, EGM, IGT, ECAR, RAC y estudios propios, entre otros.
- d) Garantizar que los medios seleccionados para cada uno de los planes de medios se adapten a las características de cada uno de los segmentos o grupos de interés, a quien va dirigida la campaña y soportarlo con herramientas.


	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 10 de 14

- e) Definir a solicitud de Teveandina Ltda., la frecuencia (número de veces que queremos que este público reciba el mensaje), alcance (número de personas del público objetivo) y posicionamiento (nivel de efecto o impacto que se quiere alcanzar en la memoria de los grupos de interés) y cobertura de los medios de comunicación propuestos en el plan de medios.
- f) Presentar la programación y distribución del presupuesto asignado para cada campaña y planes de medios.
- g) Definir y presentar a TEVEANDINA, los indicadores y herramientas a través de los cuales se va a realizar la medición del impacto de cada uno de los planes de medios y los objetivos de comunicación de la campaña. Así como los resultados y recomendaciones de las mediciones realizadas
- h) Presentar un informe por cada campaña y plan de medios con el presupuesto asignado y ejecutado, objetivos, medios utilizados, especificando: cobertura, frecuencia, alcance y números de inserciones o apariciones, KPI` S.
- i) Presentar para aprobación cada uno de los planes de medios a TEVEANDINA LTDA.
- j) Realizar la divulgación de la campaña creativa de acuerdo con cada uno de los planes de medios aprobados y programados por Teveandina Ltda.
- k) Realizar todas las actividades necesarias para divulgar el plan de medios que apruebe Teveandina Ltda., a través del supervisor del Contrato.
- l) Desarrollar mediciones del alcance, cobertura, frecuencia, generación de leads, entre otros, de los mensajes institucionales emitidos por parte de proveedores y presentar informe correspondiente al supervisor del Contrato durante el desarrollo y a la culminación de cada campaña.
- m) Seleccionar los espacios de prensa, programación de TV o radio, piezas exteriores y medios digitales, entre otros, en los que se van a insertar o publicar los diferentes mensajes. Presentar ventajas y desventajas para cada uno de los medios propuestos y análisis comparativo de las inversiones en los mix de medios.
- n) Controlar y realizar seguimiento para que la pauta sea emitida en los diferentes medios, en los horarios, días y espacios establecidos y ordenados y notificar inmediatamente en el caso de identificar pauta no emitida a TEVEANDINA LTDA.
- o) Garantizar y supervisar la ejecución del plan de medios de las distintas campañas de comunicación, divulgación, educación, posicionamiento y gestión reputacional que se elaboren, para lo cual deberá disponer de todo el equipo de trabajo necesario para ello y de las herramientas tecnológicas que se requieran.
- p) Presentar el cronograma detallado de cada uno de los planes de medios solicitados por TEVEANDINA LTDA.
- q) Presentar Flow por cada plan de medios con su respectivo alcance y soportes de la recomendación
- r) Los valores ordenados deben corresponder a números enteros sin decimales y coincidir con los ordenado y con la facturación
- s) Informe de postbuy con los respectivas implementaciones y/o soportes de pauta emitida.
- t) Presentar el presupuesto detallado del plan de medios por cada campaña, discriminado por medios de comunicación, kpis esperados, alcance, costo por impacto, costo por lead, entre otros; definidos por Teveandina Ltda., para aprobación previa por parte del supervisor del Contrato.

5. ENTREGABLES:

El CONTRATISTA debe hacer entrega de:

- a) Documentos, actas, reportes escritos, análisis de competencias, revisión de tendencias, información de consumidor, resultados de las herramientas aplicadas, entre otros, que se hayan realizado y aportado durante la fase de planeación y en general, durante la ejecución del contrato.
- b) Análisis de categorías y segmentos de estudios como: estudios generales de medios (EGM), estudio continuo de audiencia radial (ECAR), IBOPE, TGI, RAC, estudios propios y otros estudios necesarios que se hayan realizado en la ejecución del contrato.
- c) Demás entregables que se hayan desarrollado en el marco del contrato o en los formatos que requiera Teveandina Ltda.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 11 de 14

3.2.2 Obligaciones concernientes a la Fase de Administración:

- a) Entregar a TEVEANDINA LTDA copia (ejemplares) de las publicaciones impresas y/o copia de las pautas y certificaciones de la emisión de las cuñas realizadas en los diferentes medios, factura de cada uno de los medios utilizados junto con la radicación de la factura, de acuerdo con los requerimientos de cada proceso y codificación de campañas.
- b) Proponer y ejecutar el plan de medios para cada campaña teniendo en cuenta el contenido, el propósito del mensaje y la población a la cual va dirigido (grupos de interés).
- c) Deberá cumplir con las condiciones de porcentaje (%) ofrecido sobre el valor del Contrato para "Bonificaciones y Free Press", poniendo a consideración de EL CLIENTE las propuestas de free press en los diferentes medios de comunicación (prensa, radio, TV y digital), así como propuestas para apariciones (Especiales, separatas, entrevistas, entre otros) sin que genere costo alguno. Esta obligación se dará por cumplida cuando el mínimo del porcentaje ofrecido se consuma durante toda la vigencia de este, previa aprobación del supervisor y previa comprobación de los soportes entregados en la frecuencia y formatos establecidos por Teveandina Ltda. al inicio del contrato. De identificarse que el porcentaje ofrecido por el CONTRATISTA está por debajo de lo propuesto, se aplicarán las cláusulas establecidas en el presente contrato. Para el caso que el porcentaje ofrecido supere lo propuesto, siendo favorable para Teveandina Ltda., se entenderá que es un valor agregado del CONTRATISTA y no generará ningún costo o recargo adicional para la entidad.

CENTRAL DE MEDIOS	Bonificado y free press: %
--------------------------	----------------------------

- d) El porcentaje de comisión por pauta en medios masivos y alternos corresponderá al 0%, razón por la cual no se pagará ningún valor por este concepto y El CONTRATISTA deberá anexar los certificados de pauta y evidencias de las publicaciones y/o emisiones para la radicación de la respectiva factura.
- e) Conceder el mayor porcentaje de descuento a TEVEANDINA LTDA., sobre el valor que el proponente facture por los servicios de divulgación.

Nota 1: El porcentaje de descuento NO podrá ser inferior al (4%).

Nota 2: La base para aplicar el porcentaje de descuento será el valor facturado por cada uno de los medios.

Nota 3: El porcentaje de descuento otorgado debe discriminarse en la factura emitida por la Agencia a TEVEANDINA LTDA


Desde el punto de vista técnico, es viable la contratación de los bienes antes enunciados, teniendo en cuenta que estos servicios se encuentran sectorizados en un grupo específico del mercado.

Las características técnicas para Prestar los servicios de elaboración y diseño para la implementación de la estrategia integral de comunicación para medios tradicionales y alternativos que apoyen el posicionamiento a nivel nacional que permita la apropiación y sensibilización de las políticas públicas, planes, programas y proyectos liderados por Minjusticia, se clasifican en obligaciones específicas enfocadas a la prestación de servicios con calidad técnica que satisfagan las necesidades y requerimientos concadenados al Contrato Interadministrativo No. 0425 de 2020 suscrito con el Ministerio de Justicia y del Derecho. Las obligaciones específicas que se definen son aquellas de obligatoria realización para garantizar que todos los requerimientos que conforman el cumplimiento cabal del objeto a adquirir se encuentren en servicio de forma oportuna, con calidad y con los resultados requeridos.

La correcta ejecución de estas actividades se verificará a través de informes, visitas de supervisión por parte del personal designado por Teveandina Ltda. y por información concreta que sea solicitada al CONTRATISTA en el momento que Teveandina Ltda. lo determine.

3.3. Aspecto Regulatorio:

Analizado el objeto del presente proceso, el cual es "**Prestar los servicios de elaboración y diseño para la implementación de la estrategia integral de comunicación para medios tradicionales y alternativos**"

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 12 de 14

que apoyen el posicionamiento a nivel nacional que permita la apropiación y sensibilización de las políticas públicas, planes, programas y proyectos liderados por Minjusticia” y la necesidad planteada por las obligaciones contractuales contraídas mediante el negocio jurídico No. 0425 de 2020 suscrito con el Ministerio de Justicia y del Derecho , así mismo la Entidad actúa como una Empresa Industrial y Comercial del Estado, el marco legal y de conformidad con lo establecido en el Manual de Contratación, Acuerdo No. 008 de 2017, el proceso que se adelantará mediante **OFERTA POR INVITACIÓN** y la contratación que se derive, está regido por la Constitución Política, las disposiciones legales, reglamentarias y regulatorias vigentes, en particular por lo dispuesto en el art. 37 de la Ley 182 de 1995, art. 13 y 14 de la Ley 1150 de 2007, el art. 93 de la Ley 1474 de 2011, así mismo como los principio de la función pública, la gestión fiscal y selección objetiva, las disposiciones cambiarias, y las demás normas concordantes que rijan o lleguen a regir los aspectos del presente proceso de selección.

De otro lado, en el presente proceso podrán participar personas naturales o jurídicas, públicas y privadas, nacionales o extranjeras, que a la fecha de presentación de la cotización tengan una actividad directamente relacionada con el objeto del presente proceso, a las cuales se les verificará la capacidad jurídica para asumir las obligaciones derivadas del contrato en relación directa con el objeto social de las empresas proponentes y la aptitud jurídica de sus representantes, de otro lado, se deberá dar cumplimiento del pago de aportes parafiscales en los términos del Art. 50 de la Ley 789 de 2002 y la inexistencia de causales de inhabilidad o incompatibilidad legal para contratar con el Estado.

El objeto contractual comercialmente está permitido y regulado por el Código Civil y de Comercio, por cuanto se establecen características especiales para el cumplimiento del objeto del presente proceso de selección y son servicios que se encuentran en el mercado regulado por las normas de comercio colombiano. TEVEANDINA LTDA., tiene la capacidad jurídica para adquirir estos servicios y está en capacidad de contraer derechos y obligaciones, además de poderlos hacer exigibles dentro del proceso.

Analizado el objeto del presente proceso, legalmente es viable, ya que el objeto que sustenta el desarrollo del proceso contractual es de carácter lícito, y desarrolla los preceptos que incorporan los artículos 1518 y 1519 del Código Civil.

En particular, el marco regulatorio del objeto contractual se encuadra en la siguiente normatividad:

- Constitución Política de Colombia de 1991
- CÓDIGO DE COMERCIO.
- Art. 13 y 14 de la Ley 1150 de 2007, por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con recursos públicos.
- Ley 1474 de 2011 (Estatuto Anticorrupción)
- Manual de Contratación TEVEANDINA LTDA. Acuerdo No. 008 de 2017
- Estatuto del Consumidor
- Estatuto Tributario
- Ley 1940 del 26 de noviembre de 2018, artículo 81 “Plan Austeridad del Gasto”.
- Las demás normas que rijan o lleguen a regir los aspectos relacionados con la materia y aspectos del presente proceso

3.3.1. Determinación Indicadores Financieros³

Con el fin de determinar los indicadores financieros y organizacionales que garanticen la ejecución financiera del proyecto, se tomó la información de los estados financieros reportados en el Registro Único de Proponentes de empresas del sector, arrojando la siguiente información:

³ Análisis a cargo de Gustavo Alberto Delgado Bautista – Coordinador de Presupuesto y Contabilidad Teveandina Ltda.

NIT	Tercero	K Trabajo	Liquidez	Endeudamiento	Patrimonio	Rentabilidad Patrimonio	Rentabilidad Activo
811,006,904	ESTRELLA GRUPO EMPRESARIAL	3,258,259,766	2.22	53%	4,804,151,989	19%	9%
830,075,011	CENTURY MEDIA S A S	4,419,251,124	2.05	55%	4,957,906,723	11%	4%
860,070,624	GRUPO ONE SAS	1,235,571,000	2.09	55%	1,121,916,000	16%	7%
830,107,841	SINTONIZAR MEDIOS SAS	2,220,986,425	1.52	61%	2,758,072,518	45%	17%
800,122,094	CENTRAL PROMOTORA DE MEDIOS S.A.S.	1,269,001,059	4.32	30%	2,322,212,614	10%	7%
830,122,379	MARKETING PROCESOS Y GESTION MAPROGES SA	375,812,399	2.90	26%	864,957,716	8%	6%
830,069,499	CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS SA	5,754,233,078	4.27	67%	2,918,366,735	63%	20%
900,204,473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS	3,572,277,967	2.94	43%	3,160,286,421	20%	11%

De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta además otras variables como la cuantía del contrato, tipo de servicio y diversidad de oferentes, se recomiendan los siguientes indicadores financieros y organizacionales:

Indicador	Requerimiento
K Trabajo	50% o Mayor al valor del proyecto
Liquidez	1.5 o Mayor
Endeudamiento	60% o inferior
Patrimonio	70% o Mayor al valor del proyecto
Rentabilidad Patrimonio	8% o mayor
Rentabilidad Activo	4% o mayor

4. Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado

Teniendo en cuenta la naturaleza del servicio a contratar la Entidad estima conveniente realizar un sondeo para verificar el comportamiento del sector en el que se encuentra el servicio, es por ello que se plantea un estudio del mercado en el mes de septiembre, donde se emitieron nueve (9) Solicitudes de cotización para "**Prestar los servicios de elaboración y diseño para la implementación de la estrategia integral de comunicación para medios tradicionales y alternativos que apoyen el posicionamiento a nivel nacional que permita la apropiación y sensibilización de las políticas públicas, planes, programas y proyectos liderados por Minjusticia.**", por medio de correos electrónico, recibándose tres (3) cotizaciones las cuales cumplen con los factores de selección, por lo tanto, se tomaron como referencia con las cuales se efectuó el siguiente cuadro comparativo de precios:

MEDIO	DESCUENTO			PROMEDIO
	ESTRELLA	QUIROGA	UNIVERSAL G	
TELEVISIÓN NACIONAL	3%	20%	10%	11%
TELEVISIÓN REGIONAL	10%	20%	5%	12%
RADIO NACIONAL	6%	50%	10%	22%
RADIO REGIONAL	10%	70%	30%	37%
RADIO COMUNITARIAS – REGIONALES INDEPENDIENTES	5%	75%	30%	37%
PRENSA NACIONAL	10%	15%	15%	13%

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 14 de 14

PRENSA REGIONAL	10%	15%	5%
-----------------	-----	-----	----

10%

CENTRAL DE MEDIOS	% MÍNIMO	% ADICIONAL		
		ESTRELLA	QUIROGA	UNIVERSAL G
BONIFICADOS Y FREE PRESS	10%	5%	1%	1%

PROMEDIO
2%

	ESTRELLA	QUIROGA	UNIVERSAL G
Porcentaje de descuento por servicios de divulgación	5%	3%	3%

PROMEDIO
4%

5. Conclusiones

1. El Presupuesto oficial estimado para la presente contratación tiene como referencia el valor asignado al plan de medios cotizado en el Contrato Interadministrativo No. 0425 de 2020 suscrito con el Ministerio de Justicia y del Derecho menos el doce por ciento (12%) de administración, por lo que, el presupuesto para la presente contratación asciende a la suma de hasta: **MIL VEINTE MILLONES DE PESOS M/CTE (\$ 1.020.000.000)** incluido IVA y todos los costos e impuestos a que haya lugar.
2. Clasificación UNSPSC: De acuerdo con la guía de bienes y servicios usando el sistema de Codificación Estándar de Productos y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) sugerida por Colombia Compra Eficiente, para el análisis del sector y estudio de mercado se evidencia que los servicios a contratar se clasifican así:

Código UNSPSC 82101801 Producto: Servicios de campañas publicitarias

3. **Tiempo de Prestación de Servicio:** El tiempo de ejecución será hasta el 31 de diciembre de 2020, lo que primero ocurra. previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

6. Anexos

- Anexo 1. Solicitud de Cotizaciones
- Anexo 2. Cotizaciones
- Anexo 3. Análisis de las cotizaciones

Firma:



ANGELA ANDREA PARRADO MEDELLÍN
Líder Comercial y de Mercadeo.
Contratista

Proyectó: Alexandra Ma. Beltrán Guerrero - Contratista 