ENTIDAD	DEPARTAMENTO DE SUCRE

OBJETO: "PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN, EDICIÓN Y PUBLICACIÓN DE CAMPAÑAS Y MENSAJES INSTITUCIONALES EN RADIO, TELEVISIÓN, PRENSA, Y REDES SOCIALES QUE REQUIERA LA GOBERNACIÓN DE SUCRE".

1. INTRODUCCIÓN

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, La Gobernación de Sucre elabora los Estudios del Sector para contratar la ***Selección abreviada de menor cuantía*** para el **"PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN, EDICIÓN Y PUBLICACIÓN DE CAMPAÑAS Y MENSAJES INSTITUCIONALES EN RADIO, TELEVISIÓN, PRENSA, Y REDES SOCIALES QUE REQUIERA LA GOBERNACIÓN DE SUCRE"** y se deja constancia mediante el presente documento, del análisis del sector "Comercial" realizado en la etapa de planeación y estructuración del mismo, así:

En virtud del objeto contractual que se enmarca en el sector de servicios, se evidencia que de acuerdo a las obligaciones que se desarrollaran en la ejecución, estas pueden ser ejecutadas por una persona natural o jurídica que cumpla con los requerimientos técnicos requeridos por la entidad, idoneidad y experiencia en el desarrollo del objeto contractual.

Se deja constancia mediante el presente documento, del análisis del sector "Comercial" realizado en la etapa de planeación y estructuración del mismo, así:

2. OBJETO CONTRACTUAL

"PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN, EDICIÓN Y PUBLICACIÓN DE CAMPAÑAS Y MENSAJES INSTITUCIONALES EN RADIO, TELEVISIÓN, PRENSA, Y REDES SOCIALES QUE REQUIERA LA GOBERNACIÓN DE SUCRE".

De acuerdo a lo dispuesto en la Guía de Elaboración de estudios de sector (G-EES-02), el análisis del sector debe cubrir tres áreas:

ASPECTOS GENERALES.
ESTUDIO DE LA OFERTA.
ESTUDIO DE LA DEMANDA.

3. ASPECTOS GENERALES.

3.1 SECTOR COMERCIAL

PERSPECTIVA COMERCIAL

La economía y su dinámica se compone de los distintos **sectores económicos.** Cada sector contempla una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de los otros grupos.

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

- **Sector primario o agropecuario**: Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación.

- **Sector secundario o industrial**: Incluye a empresas y trabajos que transforman materias primas en productos terminados, agregando valor. De él hace parte el sector industrial, tanto la industria ligera como la pesada.

  Este a su vez se divide en dos sub-sectores:

✓ Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.

✓ Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

- **Sector terciario o de servicios**: Este sector incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos 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.

  El sector servicios ha experimentado un destacado crecimiento gracias a la rápida expansión de los servicios basados en el conocimiento y al crecimiento de la comerciabilidad de los servicios en general. Según informes de gestión correspondiente al año 2010 sobre los programas y actividades adelantados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y sus entidades adscritas y vinculadas, los servicios representaban más del 60% de la producción y del empleo mundial, valor que aumentaría según lo proyectado. En términos comerciales, suponen más del 20% del comercio total, en términos de empleo, el sector servicios representaba aproximadamente un 47% en 1989, habiendo aportado tan solo el 36% en 1968. El comercio pasó de aportar un 11.1% del empleo en 1970 a un 25,4% en 1995.

  Desde los noventas, el crecimiento de los servicios comerciales ha evolucionado de forma similar al comercio mundial de mercancías, alcanzando en los últimos años tasas superiores a las observadas en el período 1990 – 2000.

En virtud del objeto contractual que se enmarca en el sector de Prestación de Servicio en los aspectos relacionados con: *Publicidad difundida* (CÓDIGO UNSPSC 82101600), *Publicidad impresa* (CÓDIGO UNSPSC 82101500) y *Servicios de agencia de publicidad* (CÓDIGO UNSPSC 82101800) respectivamente; se evidencia que de acuerdo con las obligaciones que se desarrollarán en la ejecución, estas pueden ser ejecutadas por una persona natural o jurídica que cumpla con los requerimientos técnicos exigidos por la entidad, con idoneidad y experiencia en el desarrollo del objeto contractual.

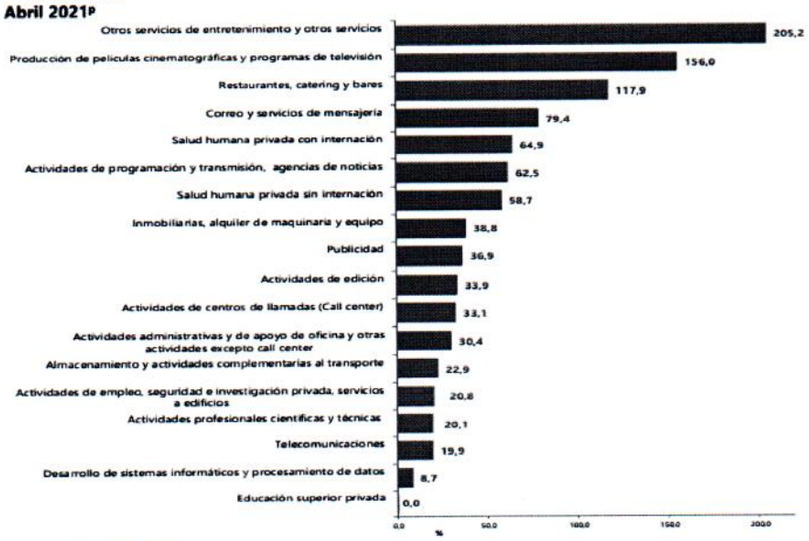
3.2 ASPECTOS ECONÓMICOS:

Apoyo logístico para realizar eventos, talleres, capacitaciones entre otras actividades, el cual es objeto del presente proceso, es analizado en el sector de la *prestación de servicios* a partir de la información presentada a continuación:

Encuesta mensual de servicios (EMS, abril 2021)[1].

Para abril de 2021, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva:

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios
Total Nacional
Abril 2021p



Fuente: DANE – EMS

Además, todos los subsectores de servícios presentaron variación positiva en los ingresos totales generados por sus actividades:

[1] https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol_ems_abril_21.pdf

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Abril 2021p / abril 2020

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)		Contribución (PP)	
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	22,9	20,4	0,4	2,0
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	79,4	76,2	-0,1	3,3
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	117,9	116,5	0,6	0,8
J	División 58	Actividades de edición	33,9	28,1	2,8	3,0
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	156,0	106,5	43,8	5,7
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	62,5	58,3	0,1	4,2
J	División 61	Telecomunicaciones	19,9	8,5	11,3	0,1
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	8,7	8,5	0,2	0,0
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	38,8	35,1	3,6	0,2
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	20,1	18,6	1,3	0,2
M	Clase 7310	Publicidad	36,9	36,7	0,3	-0,1
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	20,8	20,6	0,1	0,1
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	33,1	33,1	0,0	0,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	30,4	30,0	0,2	0,2
P	Grupo 854	Educación superior privada	0,0	-1,4	0,1	1,3
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	64,9	64,9	-0,2	0,2
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	58,7	58,0	0,9	-0,3
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	205,2	187,3	2,2	15,7

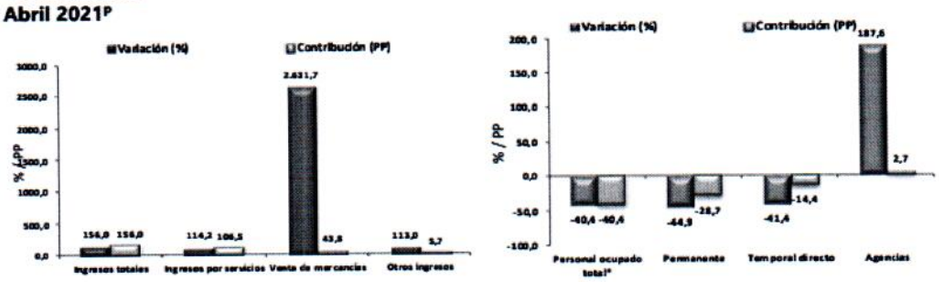
Fuente: DANE – EMS

Producción de películas cinematográficas y programas de televisión

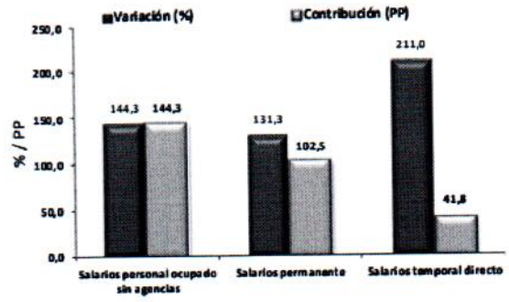
Variación anual: abril 2021 / abril 2020

En abril de 2021, los servicios de Producción de películas cinematográficas y programas de televisión registraron un crecimiento de 156,0% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó una disminución de 40,4% y los salarios registraron un crecimiento de 144,3%, en comparación con abril de 2020.

Gráfico 3. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación
Producción de películas cinematográficas y programas de televisión
Total Nacional
Abril 2021p



Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional
* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias de suministro de personal.



Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales

En comparación con el mismo mes de 2020, en abril de 2021 los ingresos totales presentaron un aumento de 156,0%, que se explica por el incremento de 114,2% en los ingresos por servicios, de 2.631,7% en la venta de mercancías y de 113,0% en otros ingresos operacionales.

En abril de 2021 el personal ocupado total presentó una variación de -40,4%, en comparación con abril de 2020, que se explica por una disminución de 44,9% en el personal permanente y de 41,4% en el personal temporal directo Por su parte, el personal contratado a través agencias registró un incremento de 187,6%.

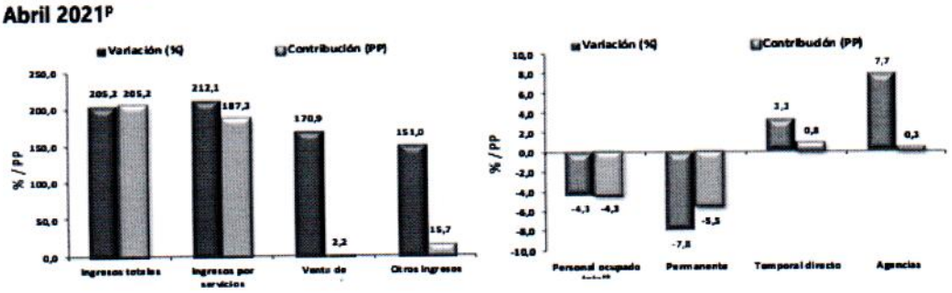
Mientras que los salarios en abril de 2021 presentaron un aumento de 144,3%, en comparación con abril de 2020, que se explica por el incremento de 131,3% en los salarios del personal permanente y de 211,0% en los salarios del personal temporal directo.

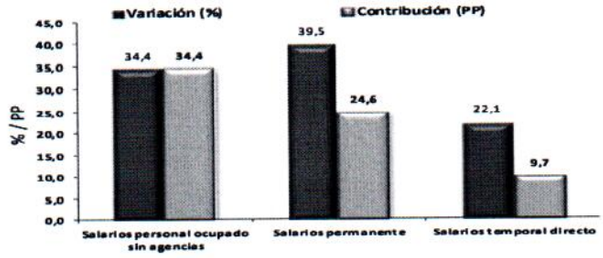
Otros servicios de entretenimiento y otros servicios

Variación anual: abril 2021 / abril 2020

En abril de 2021, los Otros servicios de entretenimiento y otros servicios registraron un crecimiento de 205,2% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó una disminución de 4,3% y los salarios registraron un crecimiento de 34,4%, en comparación con abril de 2020.

Gráfico 2. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación
Otros servicios de entretenimiento y otros servicios
Total Nacional
Abril 2021[p]





Fuente: DANE – EMS

En comparación con el mismo mes de 2020, en abril de 2021 los ingresos totales presentaron un aumento de 205,2%, que se explica por el incremento de 212,1% en los ingresos por servicios, de 151,0% en otros ingresos operacionales y de 170,9% en la venta de mercancías.

En abril de 2021 el personal ocupado total presentó una variación de -4,3%, en comparación con abril de 2020, que se explica por una disminución de 7,8% en el personal permanente. Por su parte, el personal temporal directo registró un incremento de 3,3% y el personal contratado a través agencias un incremento de 7,7%.

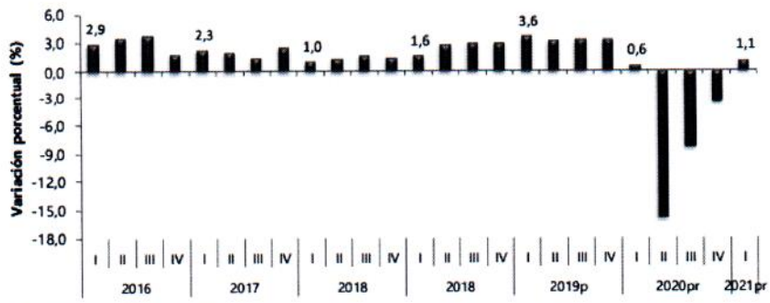
Mientras que los salarios en abril de 2021 presentaron un aumento de 34,4%, en comparación con abril de 2020, que se explica por el incremento de 39,5% en los salarios del personal permanente y de 22,1% en los salarios del personal temporal directo.

PRODUCTO INTERNO BRUTO[2]

Producto Interno Bruto (PIB)

I trimestre 2021 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto (PIB)
Tasas de crecimiento en volumen[1]
2015-I-2021[pr]-I



Fuente: **DANE, Cuentas nacionales**
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
[p]preliminar
[p]provisional

[2] https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim21_producion_y_gasto.pdf

A pesar de la crítica situación que atraviesa el país por la pandemia del SARS-2 COVID 19, en el boletín técnico del producto interno bruto del primer trimestre del año 2021 el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) publicó que el PIB de Colombia en 2021 creció 1,1% respecto al mismo periodo de 2020.

El valor agregado presenta aumento en su dinámica básicamente por 3 actividades, que fueron las de mayor aporte al mismo:

- Industrias manufactureras, crece 7.0% y contribuye con 0.9 puntos porcentuales a la variación anual.
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales, crece 3.5% y contribuye con 0.5 puntos porcentuales a la variación anual.
- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, crece 3.3% y contribuye con 0.3 puntos porcentuales a la variación anual.

La mayor disminución del PIB reciente corresponde al valor de -15,7%, presentado en el segundo trimestre del año 2020, situación y valor atribuido a la crisis sanitaria que vivía el país debido a la pandemia mencionada con anterioridad.

Producto Interno Bruto Series Encadenadas de Volumen con Año de Referencia 2015.

El Producto Interno Bruto creció 1.1% en el primer trimestre del año 2021pr respecto al año 2020pr (ver tabla 1).

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
2021pr– Primer trimestre

Actividad económica	Tasas de crecimiento	
	Serie original	Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2021pr- I / 2020pr-I	2021pr - I / 2020pr - IV
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,3	1,8
Explotación de minas y canteras	-15,0	6,8
Industrias manufactureras	7,0	3,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	-1,3	0,7
Construcción	-6,0	17,0
Comercio al por mayor y al por menor[3]	-0,8	5,5
Información y comunicaciones	2,6	4,9
Actividades financieras y de seguros	4,9	1,1
Actividades inmobiliarias	1,7	0,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	1,5	3,4
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	3,5	-0,9
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	7,6	11,1
Valor agregado bruto	**1,0**	**3,3**
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	1,6	1,4
Producto Interno Bruto	**1,1**	**2,9**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Información y comunicaciones

En el primer trimestre de 2021pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 2,6% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Para la serie corregida de efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 4,9%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8):

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
2021Pr– Primer trimestre

Actividad económica	Tasas de crecimiento	
	Serie original	Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2021Pr -I/ 2020P -I	2021Pr - I / 2020Pr - IV
Información y comunicaciones	**2,6**	**4,9**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales
Prpreliminar
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

3.3 ASPECTOS LEGALES

CONSTITUCION POLITICA DE 1991. Artículo 209. *"La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones. Las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado. La administración pública, en todos sus órdenes, tendrá un control interno que se ejercerá en los términos que señale la ley".*

DECRETO 1082 DE 2015

Artículo 2.2.1.1.1.6.1. *"Deber de análisis de las Entidades Estatales. La entidad estatal debe hacer durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto de Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y Análisis de Riesgo..."*

Artículo 2.2.1.1.1.5.3., *Requisitos habilitantes contenidos en el RUP. Las cámaras de comercio, con base en la información a la que hace referencia el artículo anterior, deben verificar y certificar los siguientes requisitos habilitantes:*

Numeral 3: Capacidad Financiera - los siguientes indicadores miden la fortaleza financiera del interesado:

(a) índice de liquidez: activo corriente dividido por el pasivo corriente.
(b) índice de endeudamiento: pasivo total dividido por el activo total.

(c) Razón de cobertura de intereses: utilidad operacional dividida por los gastos de intereses.

Numeral 4. Capacidad Organizacional. Los siguientes indicadores miden el rendimiento de las inversiones y la eficiencia en el uso de activos del interesado:

(a) Rentabilidad del patrimonio: utilidad operacional dividida por el patrimonio.

(b) Rentabilidad del activo: utilidad operacional dividida por el activo total.

Artículo 2.2.1.1.1.6.1. "Deber de análisis de las Entidades Estatales. La entidad estatal debe hacer durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto de Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y Análisis de Riesgo..."

LEY 80 DE 1993 Artículo 1, *Del objeto. La presente Ley tiene por objeto disponer las reglas y principios que rigen los contratos de las entidades estatales.*

LEY 1150 DE 2007 *(reforma a la ley 80)*

LEY 1882 DE 2018.

LEY 1562 DE 2012 Artículo 2, *numeral 1 "son afiliados en forma obligatoria: Los trabajadores dependientes nacionales o extranjeros, vinculados mediante contrato de trabajo escrito o verbal y los servidores públicos; las personas vinculadas a través de un contrato formal de prestación de servicios con entidades o instituciones públicas o privadas, tales como contratos civiles, comerciales o administrativos, con una duración superior a un mes y con precisión de las situaciones de tiempo, modo y lugar en que se realiza dicha prestación".*

De conformidad con el Art. 2 Numeral 4º literal c, Ley 1150 de 2007, artículo 92 Ley 1474 de 2011 y el Decreto 1082 de 2015, La modalidad de selección que se utilizará para la celebración del convenio que resulte del presente estudio previo es la de **SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA.**

3.4 ASPECTOS COMERCIALES

Es necesario y obligatorio que las Entidades Estatales determinen en la etapa de planeación del proyecto si los acuerdos comerciales son aplicables al proceso de contratación que están diseñando y en caso de que sean aplicables, cumplir con las obligaciones contenidas en los mismos e incluirlos.

Según el "Manual para el Manejo de Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación" de Colombia Compra Eficiente, en la actualidad hay acuerdos comerciales vigentes con compromisos en contratación pública con: la Alianza del Pacífico, Chile, El Salvador, Guatemala, Honduras, Suiza, Liechtenstein, Canadá y La comunidad Andina, compuesta por Bolivia, Ecuador y Perú.

La siguiente tabla presenta los Acuerdos Comerciales en los que Colombia es parte:

Acuerdo Comercial	Capítulo de Compras Públicas Acuerdo Comercial*	Ley en Colombia que aprueba el Acuerdo Comercial
Alianza Pacífico*	Capítulo VIII del Protocolo Adicional	Ley 1746 de 2014
Canadá	Capítulo XIV del texto final del Acuerdo	Ley 1363 de 2009
Chile	Capítulo XII del Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia - Chile	Ley 1189 de 2008
Corea	Capítulo XIV y Anexo del Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y la República de Corea	Ley 1747 de 2014
Costa Rica	Capítulo X y Anexo X.A del Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y la República de Costa Rica	Ley 1763 de 2015
Estados Unidos	Capítulo IX, Anexo 9.1, Carta adjunta 9.11, Carta adjunta licitaciones electroncas y Decisión No. 2 del Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América	Ley 1143 de 2007
Estados AELC*	Capítulo VII, Anexo XIX, Anexo XX del Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y los Estados AELC	Ley 1372 de 2010
México	Capítulo XV Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia	Ley 172 de 1994
Triangulo Norte*	Parte IV Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y las Repúblicas de el Salvacor, Guatemala y Honduras	Ley 1241 de 2008
Union Europea*	Título VI y Anexo XII del texto final del Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Colombia y Perú	Ley 1669 de 2013

Fuente: Colombia Compra Eficiente con base en los Acuerdos Comerciales

El presente proceso de contratación de Prestación de Servicios en mención está cubierto según la tabla que se presenta a continuación:

		Entidad Estatal cubierta	Valor del Proceso de Contratación superior al umbral del Acuerdo Comercial	Excepción Aplicable al Proceso de Contratación	Proceso de Contratación cubierto por el Acuerdo Comercial
		SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
Alianza Pacífico	**Chile**	SI	Bienes y servicios $818.781.000	Aplica (#2)	NO
	México	NO			
	Perú	SI			
Canadá		NO	-	-	NO
Chile		SI	Bienes y servicios $818.650.000	Aplica (#2)	NO
Corea		SI	Bienes y servicios $834.620.000	NO	NO
Costa Rica		SI	Bienes y servicios $1.481'116.000	NO	NO
Estados Unidos		SI	Bienes y servicios $1.481'116.000	Aplica (#2)	NO
Estados AELC		SI	Bienes y servicios $818.600.000	NO	NO
México		NO	-	-	NO
Triángulo Norte	**El Salvador**	SI	Bienes y servicios a partir del límite inferior de la menor cuantía	Aplica (#2)	NO
	Guatemala	SI		Aplica (#2)	NO
Unión Europea		SI	Bienes y servicios $818.660.000,0	NO	NO
Comunidad Andina		SI	Debido a que no fue establecido Umbral, las contrataciones que requieran la publicación de una invitación abierta a participar o a presentar ofertas, están cubiertas.	NO	SI

Para los demás países se tiene que el proceso de contratación está cubierto por unos umbrales designados en pesos y pactados con cada país, a partir de estos es posible la participación de cada uno de ellos en un proceso que supere los valores estipulados.

4. ANALISIS DE LA OFERTA

En Colombia existen empresas capaces de satisfacer las necesidades del presente proyecto; En la Superintendencia de Sociedades se encuentra la información de las empresas con clasificación CIIU 4.0 adoptada por Colombia; es por ello que solo para objeto de conocer el comportamiento de las empresas del sector usaremos esta clasificación. Cabe resaltar que en el pliego de condiciones se usara la clasificación establecida por las naciones unidas (UNSPSC).

Con el objetivo de conocer el comportamiento de los posibles oferentes para el presente proyecto, analizaremos las empresas que realizan las siguientes actividades: **5813 Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, 6010 - Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora y 7310 Publicidad.**

Para el presente análisis se tomaron como referencia el consolidado de indicadores según el Portal de información empresarial de la Superintendencia de Sociedades – Estados Financieros por Sector Económico/ NIIF plenas individuales 2019.

Servicio:

5813 Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas

6010 - Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora.

7310 Publicidad

MUESTRA SELECCIONADA. Criterio de consulta: Actividad económica.

No	Nit	Razón social de la sociedad	Clasificación Industrial Internacional Uniforme Versión 4 A.C	IL	IE	RCI	RP	RA
1	800217811	HUELLA CREATIVA SA	M7310 - Publicidad	2,32	43%	2,580	0,03	0,01
2	830005943	RMG CONNECT COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,60	54%	+IND	0,32	0,15
3	860062001	EDICIONES GAMMA S.A.	J5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	2,02	44%	0,250	0,01	0,00
4	900426105	GROUPM TRADING COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	2,32	45%	7,540	0,20	0,11
5	830060529	WAVEMAKER COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	2,02	47%	11,590	0,21	0,11
6	830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES S A S	M7310 - Publicidad	1,58	45%	5,630	0,18	0,10
7	900157516	SEÑOR LOPEZ SAS	M7310 - Publicidad	2,99	33%	+IND	0,04	0,03

8	900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	M7310 - Publicidad	1,25	78%	3,640	0,20	0,04
9	900438134	PUBLIMETRO COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,14	62%	+IND	0,02	0,01
10	860006628	Mccann Erickson Corporation S.A	M7310 - Publicidad	2,30	48%	+IND	0,06	0,03
11	800229663	EDITORA URBANA LTDA	J5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	0,81	79%	1,460	0,19	0,04
12	860504772	EFECTIMEDIOS SA	M7310 - Publicidad	1,73	37%	+IND	0,21	0,13
13	830140775	FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA	M7310 - Publicidad	2,27	35%	28,660	0,25	0,16
14	860008355	GREY COLOMBIA S.AS	M7310 - Publicidad	2,02	31%	+IND	0,10	0,07
15	830018654	WUNDERMAN COLOMBIA S.A.S EN LIQUIDACION	M7310 - Publicidad	1,90	31%	+IND	0,14	0,10
16	860524513	MULLEN LOWE SSP3 SA	M7310 - Publicidad	0,95	102%	0,530	IND	0,02
17	830058056	OMD COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,18	66%	8,540	0,44	0,15
18	860014923	CARACOL S.A	J6010 - Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora	1,30	54%	4,390	0,32	0,15
19	830000640	DDB WORLDWIDE COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,17	65%	3,940	0,14	0,05
20	890100477	EL HERALDO S.A.|	J5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	2,47	29%	+IND	0,03	0,02
21	890306162	OGILVY & MATHER COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,55	65%	+IND	0,21	0,07
22	800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS	M7310 - Publicidad	6,15	58%	7,900	0,07	0,03
23	830136865	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	M7310 - Publicidad	2,56	38%	2,840	0,10	0,06
24	900797542	FORWARD MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	0,98	96%	0,290	0,29	0,01
25	900214217	GOOGLE COLOMBIA LIMITADA	M7310 - Publicidad	2,32	59%	1,560	0,11	0,05
26	830127077	IDEANDINA SAS	M7310 - Publicidad	1,52	51%	2,980	0,06	0,03
27	830138621	CENTRAL FILMS S.A.S	M7310 - Publicidad	1,93	38%	+IND	0,05	0,03
28	900351443	ABSTRAER ESTRATEGIAS S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,76	50%	13,740	1,15	0,57
29	802013501	INMOV SAS	M7310 - Publicidad	1,97	53%	3,320	0,18	0,09
30	830054838	ESPACIO Y MERCADEO	M7310 - Publicidad	1,43	69%	1,260	0,28	0,09
31	830075011	CENTURY MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	1,39	56%	+IND	0,01	0,00
32	830122431	MARKETING SERVICES DE COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	3,91	25%	6,020	0,19	0,14
33	800167898	JH HOYOS & ASOCIADOS SAS	M7310 - Publicidad	1,33	64%	+IND	0,10	0,04
34	830041055	TOP PROMOTIONS SA	M7310 - Publicidad	2,74	37%	+IND	0,03	0,02
35	900297403	METALVISUAL SOCIEDAD ENCOMANDITA POR ACCIONES	M7310 - Publicidad	0,62	115%	0,130	IND	0,01
36	830137308	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TELEVISION SA	M7310 - Publicidad	0,62	71%	3,030	0,05	0,01
37	900559638	INTERNET MEDIA SERVICES COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	0,99	97%	0,500	0,17	0,01
38	890302907	RDP S A S	J6010 - Actividades de	6,20	70%	2,340	0,26	0,08

			programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora					
39	900378858	INVERSIONES GABO SAS	M7310 - Publicidad	1,81	65%	0,840	0,07	0,02
40	811026622	COMERCIALIZADORA MUNERA EASTMAN RADIO S.A	J6010 - Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora	9,07	76%	+IND	0,08	0,02
41	860076863	Ideamos Publicidad Lttda	M7310 - Publicidad	1,25	55%	8,730	0,33	0,15
42	900011228	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	M7310 - Publicidad	1,76	53%	+IND	0,14	0,07
43	800144934	VISION Y MARKETING SAS	M7310 - Publicidad	1,08	86%	2,000	0,37	0,05
44	900143206	DOLMEN VISUAL SAS	M7310 - Publicidad	0,90	54%	2,060	0,20	0,09
45	830042619	INVERSIONES INRAI LTDA	J6010 - Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora	1,11	43%	2,020	0,07	0,04
46	890301752	EL PAIS SA	J5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	0,54	72%	0,370	0,06	0,02
47	900110842	SQADRA TEAM SAS	M7310 - Publicidad	0,68	55%	+IND	0,13	0,06
48	830114417	BEE GROUP SAS	M7310 - Publicidad	1,86	84%	2,930	0,38	0,06
49	900394210	HERCAS PUBLICIDAD EXTERIOR SAS	M7310 - Publicidad	1,80	41%	2,940	0,14	0,08
50	811025635	FEELING COMPANY SAS	M7310 - Publicidad	1,56	61%	8,360	0,42	0,16
51	860536029	EDITORIAL LA UNIDAD SA	J5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	1,27	81%	+IND	0,00	0,00
52	900624147	RADIO MUNERA SAS	J6010 - Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora	14,64	116%	+IND	IND	0,02
53	830109738	BMD AGENCIA IMAGINATIVA LTDA	M7310 - Publicidad	1,18	80%	+IND	0,44	0,09
54	900457413	GRUPO HELP SAS	M7310 - Publicidad	1,03	91%	IND	-	-
55	824000056	EL PILON S.A	J5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	0,79	54%	1,200	0,16	0,08
56	860509357	AS TELEVISION AS MEDIOS LTDA	M7310 - Publicidad	1,47	66%	+IND	0,11	0,04
57	900472350	BUSINESS TIGER S A S	M7310 - Publicidad	7,11	49%	0,940	0,07	0,03
58	805023055	SOCIEDAD INNOVACIONES GRAFICAS SAS	M7310 - Publicidad	1,84	29%	+IND	0,32	0,23
59	800138248	PRISMA STORE SAS	M7310 - Publicidad	1,40	3%	8,720	0,02	0,02
60	860509265	PUBLICACIONES SEMANA S.A.	J5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	2,26	22%	2,620	0,12	0,10
61	830511786	CASA EDITORIAL DE LAS SABANAS SAS	J5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	1,48	47%	+IND	0,02	0,01
62	900247331	WHISKEY FILM SAS	M7310 - Publicidad	1,84	71%	+IND	0,30	0,09
63	811025863	RADIO MUNERA 790 SA	J6010 - Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora	2,46	74%	+IND	0,06	0,02
64	830059566	OPTIMA TM SAS	M7310 - Publicidad	3,20	29%	+IND	0,02	0,02
65	900688372	HEADWAY DIGITAL COLOMBIA SAS	M7310 - Publicidad	1,09	91%	0,720	0,21	0,02

66	830134474	EVOLUTION PLASTIC SAS	M7310 - Publicidad	1,97	48%	3,770	0,39	0,21
67	900066487	ELEMENT DESIGN LTDA	M7310 - Publicidad	2,00	49%	+IND	0,29	0,15
68	800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO LTDA	M7310 - Publicidad	1,44	63%	+IND	0,25	0,09
69	819004091	EDITORA DE MEDIOS S.A.S.	J5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	0,50	77%	+IND	0,03	0,01
70	830093596	Intera Marketing LTDA	M7310 - Publicidad	2,12	25%	8,920	0,08	0,06
71	860354098	PRODUCCIONES WILLVIN S.A.	J6010 - Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora	3,58	57%	+IND	0,28	0,12
72	830109396	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA LTDA	M7310 - Publicidad	2,07	41%	1,980	0,14	0,08
73	860052606	MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA	M7310 - Publicidad	71,61	72%	1,040	0,06	0,02
74	900366218	CROMATICAPEX SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	M7310 - Publicidad	1,28	85%	3,890	0,45	0,07
75	800005154	VALLAS Y AVISOS SAS	M7310 - Publicidad	2,91	27%	3,050	0,10	0,07
76	900166615	TBWA COLOMBIA S A S	M7310 - Publicidad	1,52	51%	1,950	0,08	0,04
77	830141831	SERVICIOS Y ASESORIAS EMPRESARIALES CASTRO ARIAS SAS	M7310 - Publicidad	1,14	34%	+IND	0,06	0,04
78	900543063	LURE MEDIA SAS	M7310 - Publicidad	0,80	89%	0,890	0,03	0,00
79	890404273	EDITORA DEL MAR S.A.	J5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	2,24	58%	1,080	0,08	0,03
80	890926395	PEREZ Y VILLA S.A.S.	M7310 - Publicidad	1,16	80%	0,810	0,11	0,02
	PROMEDIO			**2,98**	**58%**	**4,01**	**0,17**	**0,07**

4.1 Codificación del servicio en el sistema UNSPSC: De acuerdo con los Códigos Estándar de Productos y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) proporcionados por Colombia compra eficiente, el objeto: **"PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN, EDICIÓN Y PUBLICACIÓN DE CAMPAÑAS Y MENSAJES INSTITUCIONALES EN RADIO, TELEVISIÓN, PRENSA, Y REDES SOCIALES QUE REQUIERA LA GOBERNACIÓN DE SUCRE"** se puede ubicar así:

ÍTEM	PRODUCTO	CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS UNSPSC	CLASE	FAMILIA	SEGMENTO
1	---	82101500	Publicidad impresa	Publicidad	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes
2	---	82101600	Publicidad difundida	Publicidad	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes
3	---	82101800	Servicios de agencia de publicidad	Publicidad	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes

4.2 ANÁLISIS TÉCNICO:

Para la ejecución de la prestación de servicios para la publicación de campañas y mensajes institucionales en radio, televisión y redes sociales que requiera la Gobernación de Sucre, se requieren los siguientes servicios:

PUBLICACIÓN DE CAMPAÑAS Y MENSAJES INSTITUCIONALES EN RADIO, TELEVISIÓN Y REDES SOCIALES QUE REQUIERA LA GOBERNACIÓN DE SUCRE				
ITEMS	**DESCRIPCIÓN**	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
1	Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir los programas, campañas y proyectos de la Gobernación de Sucre	1530	$ 23.750	$ 36.337.500
2	Publicidad radial de 30 segundos, en emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir los programas, campañas y proyectos de la Gobernación de Sucre.	1800	$ 30.679	$ 55.222.200
3	Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar los programas, campañas y proyectos de la Gobernación de Sucre.	180	$ 82.417	$ 14.835.060
4	Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	540	$ 83.267	$ 44.964.180
5	Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas a campañas de la administración Departamental, de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	50	$ 150.000	$ 7.500.000
6	Avisos en periódicos regionales y/o locales, de 15 cm de alto x 2 cm C de ancho y/o 1/4 full color.	9	$ 1.589.730	$ 14.307.570
7	Producción y edición de notas periodísticas audiovisales, alusivas a la gestión de las diferentes secretarías. Duración: máximo 4 minutos Formato HD	10	$ 461.417	$ 4.614.170
8	Producción de comerciales institucionales animados, alusivos a las diferentes campañas que realicen las diferentes secretarías. Duración: maximo 1 minuto, formato HD.	30	$ 541.717	$ 16.251.510
9	Publicaciones animadas en pantallas LED gigantes en diferntes puntos de la ciudad de Sincelejo.	10985	$ 543	$ 5.964.855
TOTAL SERVICIOS GOBERNACION DE SUCRE				**$ 199.997.045,00**

Para la ejecución del desarrollo de las Acciones Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC, se requieren los siguientes servicios:

DISTRIBUCIÓN ACTIVIDADES PLAN DE INTERVENCIONES COLECTIVAS PIC				
DISTRIBUCIÓN RECURSOS POR DIMENSIÓN Y MEDIOS	**1. Convivencia social y salud mental**			
	MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
	Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	87	$30.679	$2.669.073
	Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	70	$23.750	$1.662.500
	Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	11	$83.267	$915.937
	Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	21	$82.417	$1.730.757
	Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	20	$150.000	$3.000.000
	SUBTOTAL			**$9.978.267**
	2. Seguridad alimentaria y nutricional -SAN-			
	MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
	Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	275	$30.679	$8.436.725
	Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	150	$23.750	$3.562.500
	Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	29	$83.267	$2.414.743
	Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	50	$82.417	$4.120.850

	Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	80	$150.000	$12.000.000
	Avisos en periódicos regionales y/o locales, de 15 cm de alto x 2 cm C de ancho y/o 1/4 full color.	2	$1.589.730	$3.179.460
	Producción y edición de notas periodísticas audiovisales, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 4 minutos Formato HD	3	$461.417	$1.384.250
	Producción de comerciales institucionales animados, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 1 minuto, formato HD.	3	$541.717	$1.625.151
	Volantes 4*4 full color media carta propalcote 115 gramos alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	10.000	$280	$2.800.000
	SUBTOTAL			**$39.523.679**
	3. Sexualidad, derechos sexuales y reproductivos			
	3.1 Derechos sexuales y reproductivos			
	MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
	Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	150	$30.679	$4.601.850
	Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	150	$23.750	$3.562.500
	Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	40	$83.267	$3.330.680
	Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	60	$82.417	$4.945.020
	Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	65	$150.000	$9.750.000
	Avisos en periódicos regionales y/o locales, de 15 cm de alto x 2 cm C de ancho y/o 1/4 full color.	2	$1.589.730	$3.179.460

Producción de comerciales institucionales animados, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 1 minuto, formato HD.	3	$541.717	$1.625.151
Volantes 4*4 full color media carta propalcote 115 gramos alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	5.000	$280	$1.400.000
Pendones full color de 2*1 metros, impresos en banner con soporte araña alusivos al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC	6	$315.000	$1.890.000
SUBTOTAL			**$34.284.661**
3.2 Prevención de embarazos en adolecentes			
MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	150	$30.679	$4.601.850
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	150	$23.750	$3.562.500
Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	37	$83.267	$3.080.879
Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	55	$82.417	$4.532.935
Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	65	$150.000	$9.750.000
Avisos en periódicos regionales y/o locales, de 15 cm de alto x 2 cm C de ancho y/o 1/4 full color.	2	$1.589.730	$3.179.460
Producción de comerciales institucionales animados, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 1 minuto, formato HD.	3	$541.717	$1.625.151
Volantes 4*4 full color media carta propalcote 115 gramos alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	5.000	$280	$1.400.000
Pendones full color de 2*1 metros, impresos en banner con soporte araña alusivos al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC	6	$315.000	$1.890.000
SUBTOTAL			**$33.622.775**

3.3 Promoción y garantía de la sexualidad			
MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	150	$30.679	$4.601.850
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	125	$23.750	$2.968.750
Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	40	$83.267	$3.330.680
Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	60	$82.417	$4.945.020
Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	65	$150.000	$9.750.000
Avisos en periódicos regionales y/o locales, de 15 cm de alto x 2 cm C de ancho y/o 1/4 full color.	2	$1.589.730	$3.179.460
Producción de comerciales institucionales animados, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 1 minuto, formato HD.	3	$541.717	$1.625.151
Volantes 4*4 full color media carta propalcote 115 gramos alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	5.000	$280	$1.400.000
Pendones full color de 2*1 metros, impresos en banner con soporte araña alusivos al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC	6	$315.000	$1.890.000
3.4 Reducción del estigma y discriminación hacia personas en condición de vulnerabilidad			
MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	200	$30.679	$6.135.800
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	200	$23.750	$4.750.000

	Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	51	$83.267	$4.246.617
	Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	50	$82.417	$4.120.850
	Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	60	$150.000	$9.000.000
	Avisos en periódicos regionales y/o locales, de 15 cm de alto x 2 cm C de ancho y/o 1/4 full color.	2	$1.589.730	$3.179.460
	Producción y edición de notas periodísticas audiovisales, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 4 minutos Formato HD	3	$461.417	$1.384.250
	Producción de comerciales institucionales animados, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 1 minuto, formato HD.	4	$541.717	$2.166.868
	Volantes 4*4 full color media carta propalcote 115 gramos alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	20.000	$280	$5.600.000
	Publicaciones animadas en pantallas LED gigantes en diferentes puntos de la ciudad de Sincelejo.	5.000	$543	$2.715.000
	Pendones full color de 2*1 metros, impresos en banner con soporte araña alusivos al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC	10	$315.000	$3.150.000
	SUBTOTAL			**$46.448.845**
	3.5 Prevención de la violencia y abuso sexual			
	MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
	Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	150	$30.679	$4.601.850
	Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	150	$23.750	$3.562.500
	Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	50	$83.267	$4.163.350

Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	50	$82.417	$4.120.850
Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	60	$150.000	$9.000.000
Avisos en periódicos regionales y/o locales, de 15 cm de alto x 2 cm C de ancho y/o 1/4 full color.	2	$1.589.730	$3.179.460
Producción y edición de notas periodísticas audiovisuales, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 4 minutos Formato HD	3	$461.417	$1.384.250
Producción de comerciales institucionales animados, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 1 minuto, formato HD.	4	$541.717	$2.166.868
Volantes 4*4 full color media carta propalcote 115 gramos alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	20.000	$280	$5.600.000
Publicaciones animadas en pantallas LED gigantes en diferentes puntos de la ciudad de Sincelejo.	3.000	$543	$1.629.000
Pendones full color de 2*1 metros, impresos en banner con soporte araña alusivos al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC	10	$315.000	$3.150.000
SUBTOTAL			**$42.558.128**
4. Vida saludable y enfermedades transmisibles. Enfermedades emergentes.			
4.2 Enfermedades emergentes TB			
MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	154	$30.679	$4.724.566
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	100	$23.750	$2.375.000
Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	20	$83.267	$1.665.340
Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	21	$82.417	$1.730.757

Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	30	$150.000	$4.500.000
SUBTOTAL			**$14.995.663**
4.2 Manejo y control de la IRA/EDA.			
MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	150	$30.679	$4.601.850
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	100	$23.750	$2.375.000
Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	30	$83.267	$2.498.010
Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	40	$82.417	$3.296.680
Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	48	$150.000	$7.200.000
SUBTOTAL			**$19.971.540**
4.3 PAI - Programa ampliado de inmunizaciones			
MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	400	$30.679	$12.271.600
Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	400	$23.750	$9.500.000
Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	30	$83.267	$2.498.010
Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	200	$82.417	$16.483.400

	Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	200	$150.000	$30.000.000
	Avisos en periódicos regionales y/o locales, de 15 cm de alto x 2 cm C de ancho y/o 1/4 full color.	6	$1.589.730	$9.538.380
	Producción y edición de notas periodísticas audiovisales, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 4 minutos Formato HD	6	$461.417	$2.768.500
	Producción de comerciales institucionales animados, alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC. Duración: máximo 1 minuto, formato HD.	5	$541.717	$2.708.585
	Volantes 4*4 full color media carta propalcote 115 gramos alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	30.000	$280	$8.400.000
	Publicaciones animadas en pantallas LED gigantes en diferentes puntos de la ciudad de Sincelejo.	8.000	$543	$4.344.000
	Pendones full color de 2*1 metros, impresos en banner con soporte araña alusivos al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC	15	$315.000	$4.725.000
	SUBTOTAL			**$103.237.475**
	5. Salud y ámbito laboral			
	MEDIO	**CANTIDAD**	**VALOR/U**	**VALOR TOTAL**
	Publicidad radial de 30 segundos de duración, en diferentes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (FM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	100	$30.679	$3.067.900
	Publicidad radial de 30 segundos de duracion, en difernetes emisoras y/o espacios noticiosos regionales (AM) para difundir el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	80	$23.750	$1.900.000
	Publicaciones en portales digitales regionales y locales y/o en redes sociales como facebook e instagram, con un alcance de 15.000 a 20.000 personas al día por aviso activo y/o campaña activa.	20	$83.267	$1.665.340
	Publicidad televisiva de 30 segundos, en canales locales, regionales, espacios noticiosos y/o programación ordinaria, para socializar el desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC.	20	$82.417	$1.648.340

	Perifoneo en los diferentes Municipios del Departamento de Sucre, con cuñas alusivas al desarrollo de las Acciones de Información en Salud del Plan de Intervenciones Colectivas PIC., de máximo 60 segundos, los 7 días a la semana	20	$150.000	$3.000.000
	SUBTOTAL			**$11.281.580**
	TOTAL PLAN DE INTERVENCIONES COLECTIVAS PIC			**$389.593.524,00**

VALOR TOTAL	**$ 589.590.569,00**

4.2 ANÁLISIS ECONÓMICO:

Para este proceso la Secretaría Privada Departamental fue quien elaboró, revisó y aprobó el correspondiente estudio de mercado (Ver anexo técnico del análisis de cotizaciones) y determinó que el valor estimado para la ejecución del contrato corresponde la suma de **QUINIENTOS OCHENTA Y NUEVE MILLONES QUINIENTOS NOVENTA MIL QUINIENTOS SESENTA Y NUEVE PESOS ($589.590.569,00) M/CTE,** el cual resultó de la suma de ítems del presupuesto oficial, valor que incluye descuentos y/o contribuciones.

5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

Aspectos generales del mercado.

¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este servicio? La Gobernación de Sucre ha realizado en el pasado contratación relacionada con este objeto, en lo que tiene que ver con procesos similares.

1. SA-008-2020 – GOBERNACIÓN DE SUCRE

Modalidad	Selección abreviada de menor cuantía.
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN, EDICIÓN Y PUBLICACIÓN DE CAMPAÑAS Y MENSAJES INSTITUCIONALES EN RADIO, TELEVISIÓN, PRENSA, Y REDES SOCIALES QUE REQUIERA LA GOBERNACIÓN DE SUCRE
Valor	$ 379.719.200,00
Forma de pago	Anticipo y pago parciales.
Experiencia.	El proponente deberá demostrar experiencia específica mediante copia de máximo un contrato con su respectiva certificación y/o acta final, el cual deberá estar inscrito como experiencia en el registro único de proponentes RUP expedido por la cámara de comercio. Esté finalizado. No se tendrán en cuenta aquellos contratos que se encuentren en ejecución. ➢ Su objeto debe ser igual o similar al objeto a contratar, es decir en relación a la publicidad y que el valor sea igual o superior a una vez el presupuesto oficial expresado en salarios mínimos, es decir 395,6 SMMLV. ➢ Para cumplir con este criterio el proponente deberá relacionar la ejecución de máximo UN (01) contrato celebrado con entidades públicas o privadas, que cumplan con los anteriores requisitos, si no cumple con estos requisitos se calificará NO HÁBIL; La experiencia deberá corresponder a contratos relacionados en el RUP expedido por la cámara de comercio, y estar clasificado dentro del clasificador de bienes obras y servicio en todos los siguientes códigos:

Duración	5 Meses	
Código UNSPSC	82101600 - Publicidad difundida	
Oferentes	LAS MEJORES SOLUCIONES EN COMUNICACIONES ESTRATEGICAS E U	
Garantías	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor del Contrato, su vigencia será la misma del contrato y cuatro (04) meses más.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 5% del valor del contrato, por un término igual al plazo del contrato y tres (3) años más
	Buena calidad de los bienes y servicios	Por el 10% del valor del contrato, por el término del contrato y cuatro (04) meses más.
	Buen manejo e inversión del anticipo	Por el 100% de la suma establecida como anticipo y con una vigencia igual al plazo del contrato y cuatro (4) meses más
Capacidad financiera	**Liquidez:** ≥ 1,8	
	Endeudamiento: ≤ 45%	
	Razón de cobertura de intereses: ≥ 6,15	
Capacidad organizacional	**Rentabilidad sobre el patrimonio:** ≥ 0,12	
	Rentabilidad sobre el activo: ≥ 0,08	
Fuente	SECOP I	

Link de acceso: https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=20-11-10638148

¿Cómo lo adquieren las demás Entidades Estatales?

Para responder los interrogantes anteriormente planteados fue necesario consultar el SECOP y tomar una muestra de 9 procesos que se hayan celebrado en entidades estatales, cuyo objeto es similar al de la presente contratación. Los aspectos más significativos se mencionan a continuación:

2. SPE-DG-SAMC-012-2020 - UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DEL SERVICIO PUBLICO DE EMPLEO

Modalidad	Selección abreviada de menor cuantía.
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	CONTRATAR LOS SERVICIOS DE PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN DE VIDEOS Y CUÑAS Y LOS SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EN DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y DIGITALES SOBRE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DE LA UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DEL SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO
Valor	$ 136.848.824,00
Forma de pago	Mensualidades vencidas

Experiencia.	El único documento válido para acreditar la experiencia habilitante del proponente será el RUP con hasta tres (3) Contratos ejecutados y terminados relacionados con el objeto del presente proceso dentro de los seis (6) años anteriores a la fecha de cierre del presente proceso y que cumplan con las siguientes condiciones: • Valor: La suma del valor de los contratos debe ser igual o superior al cien por ciento (100%) del presupuesto oficial, es decir 155,90 salarios mínimos legales mensuales vigentes. • Contratante: La experiencia puede ser obtenida con Entidades públicas y/o privadas. • Estado de los contratos: Los contratos que acrediten la experiencia deben estar totalmente ejecutados y terminados a la fecha del cierre del proceso.	
Duración	37 días.	
Código UNSPSC	82101801 - Servicios de campañas publicitarias 82101802 - Servicios de producción publicitaria 82101601 - Publicidad en radio 82101603 - Publicidad en internet 82101901 - Inserción en radio 82101902 - Inserción en televisión 82101903 - Inserción en interne	
Oferentes	FENIX MEDIA GROUP SAS GRUPO ONE S.A.S Native Films MIACOM S.A.S. BIG MEDIA PUBLICIDAD SAS	
Garantías	**Cumplimiento**	Por el 20% del valor del Contrato, su vigencia será la misma del Contrato y seis (6) meses
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 5% del valor del contrato, por una vigencia igual a la del mismo y tres (3) años más.
	Buena calidad del servicio	Por el 20% del valor del contrato, por el término del contrato y seis (6) meses más.
	Responsabilidad civil extracontractual	No se exigió.
Capacidad financiera	**Liquidez:** ≥ 1,5	
	Endeudamiento: ≤ 68%	
	Razón de cobertura de intereses: ≥ 2,0	
Capacidad organizacional	**Rentabilidad sobre el patrimonio:** ≥ 0,03	
	Rentabilidad sobre el activo: ≥ 0,03	
Fuente	SECOP II	

Link de acceso:
https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.1538057

3. SAMC- MT- 004 – 2020 – MINISTERIO DEL TRABAJO, NIVEL CENTRAL.

Modalidad	Selección abreviada de menor cuantía.
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	Pautar y promocionar a través de los diferentes medios masivos de comunicación, incluidos los medios digitales, alternativos, en exteriores y nuevos medios (multiplataforma) de orden nacional, regional, local y comunitario, las campañas de difusión de la oferta misional del Ministerio del Trabajo.
Valor	$ 568.491.064,00

Forma de pago	Mensualidades vencidas	
Experiencia.	Para acreditar la experiencia se evaluará la EJECUCIÓN DE MÁXIMO DOS (2) CONTRATOS terminados, conforme a los códigos UNSPSC establecidos para el presente proceso de selección y que se encuentren 100% ejecutados. - Los contratos aportados deberán sumar, en su conjunto, un valor igual o superior del valor del Presupuesto Oficial Estimado, es decir 647 SMLMV. - Los objetos de los contratos deben estar relacionados con central de medios y/o agencia de publicidad. - Los contratos deben estar identificados con los Códigos USPCSC relacionados en el estudio previo.	
Duración	5 meses.	
Código UNSPSC	82101801 - Servicios de campañas publicitarias 82101600 - Publicidad difundida 82101900 - Colocación y cumplimiento de medios 80141500 - Investigación de mercados 82101800 - Servicios de agencia de publicidad 83121700 - Servicios de comunicación masiva	
Oferentes	CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A. Universal Group Agencia de Comunicaciones S.A.S CENTURY Trébol Editores	
Garantías	**Cumplimiento**	Por el 25 % del valor del Contrato, su vigencia será la misma del Contrato y cuatro (4) meses.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 10% del valor del contrato, por una vigencia igual a la del mismo y tres (3) años más.
	Buena calidad del servicio	Por el 20% del valor del contrato, por el término del contrato y cuatro (4) meses.
	Responsabilidad civil extracontractual	Por 200 SMMLV para una vigencia igual a la del contrato.
Capacidad financiera	**Liquidez:** ≥ 1,5	
	Endeudamiento: ≤ 70%	
	Razón de cobertura de intereses: ≥ 1,0	
Capacidad organizacional	**Rentabilidad sobre el patrimonio:** ≥ 0,02	
	Rentabilidad sobre el activo: ≥ 0,02	
Fuente	SECOP II	

Link de acceso:
https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+processos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.1352680

4. 026/2019 MDN-UGG-DA – MINISTERIO DE DEFENSA

Modalidad	Selección abreviada de menor cuantía.
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE UNA CENTRAL DE MEDIOS PARA DIFUNDIR LAS CAMPAÑAS DEL GRUPO DE ATENCIÓN HUMANITARIA AL DESMOVILIZADO (GAHD), TENDIENTES A PROMOVER LA DESMOVILIZACIÓN DE LOS INTEGRANTES DE LOS GRUPOS ARMADOS ORGANIZADOS AL MARGEN DE LA LEY ASÍ COMO LA PREVENCIÓN DE RECLUTAMIENTO ILÍCITO, A TRAVÉS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN A NIVEL REGIONAL, LOCAL Y COMUNITARIOS, CONFORME A LO SEÑALADO EN EL ARTÍCULO 2.3.2.1.6.5 DEL DECRETO 1081 DE 2015 Y TODAS LAS NORMAS QUE LO COMPLEMENTE.
Valor	$ 798.932.160,00

Forma de pago	Mensualidades vencidas	
Experiencia.	Máximo 3 contratos ejecutados al 100% a la fecha de cierre del proceso de selección. Los contratos deben haber sido ejecutados hace 5 años previa la apertura del proceso, y la suma debe ser igual o mayor al 100% del presupuesto definido para el proyecto en SMMLV.	
Duración	90 días.	
Código UNSPSC	82101600 - Publicidad difundida 82101900 - Colocación y cumplimiento de medios 83121700 - Servicios de comunicación masiva	
Oferentes	GRUPO ERCA COMUNICACION INTEGRAL SAS UNIÓN TEMPORAL PROYECTO 026 GAHD FENIX MEDIA GROUP SAS ARENA MEDIA UNION TEMPORAL MISTY WELLS Y HAROLD ZEA 2019	
Garantías	**Cumplimiento**	Por el 20% del valor del Contrato, su vigencia será la misma del Contrato y cuatro (4) meses.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 5% del valor del contrato, por una vigencia igual a la del mismo y tres (3) años más.
	Buena calidad del servicio	Por el 20% del valor del contrato, por el término del contrato y seis (6) meses.
	Responsabilidad civil extracontractual	No se exigió.
Capacidad financiera	**Liquidez:** ≥ 1,5	
	Endeudamiento: ≤ 50%	
	Razón de cobertura de intereses: ≥ 3,9	
Capacidad organizacional	**Rentabilidad sobre el patrimonio:** ≥ 0	
	Rentabilidad sobre el activo: ≥ 0	
Fuente	SECOP II	

Link de acceso:
https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.915020

5. 006-2020 SELECCIÓN ABREVIADA - GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO

Modalidad	Selección abreviada de menor cuantía.
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS BTL Y ATL NECESARIOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓNES IMPLEMENTADA EN EL PLAN DE MEDIOS, EN DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES PARA LA DIVULGACIÓN DE LOS PROGRAMAS, PROYECTOS, ACTIVIDADES, GESTIONES Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO CONTEMPLADOS EN EL PLAN DEPARTAMENTAL DE DESARROLLO
Valor	$ 299.968.702,00
Forma de pago	Mensualidades vencidas

Experiencia.	Acreditar experiencia específica con máximo dos (02) contratos, cuyo objeto del contrato esté relacionado o sea afín a: "LA Ejecución DE UNA ESTRATEGIA PROMOCIONAL BTL Y ATL Y UN PLAN DE MEDIOS DE Comunicación", y además clasificado en al menos dos (2) de los códigos de la UNSPSC hasta el tercer nivel de los relacionados a continuación, dentro de los cuales será obligatorio acreditar que la experiencia aportada se encuentra clasificada en el código 82101800 -"Servicio de agencia de Publicidad", el cual se verificará en el registro único de proponentes vigente de la cámara de comercio aportado por el proponente; además de que la sumatoria de los contratos presentados sea como mínimo el ciento por ciento (100%) del valor total del presupuesto oficial de la presente convocatoria, medido en S.M.M.L.V. vigentes a la fecha de terminación del contrato.	
Duración	80 días	
Código UNSPSC	82101800 - Servicios de agencia de publicidad 82101500 - Publicidad impresa 82101900 - Colocación y cumplimiento de medios	
Oferentes	CNC AGENCIA SAS	
Garantías	**Cumplimiento**	Por el 20% del valor del Contrato, su vigencia será la misma del Contrato y seis (6) meses.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 10% del valor del contrato, por una vigencia igual a la del mismo y tres (3) años más.
	Buena calidad del servicio	Por el 20% del valor del contrato, por el término del contrato y seis (6) meses.
	Responsabilidad civil extracontractual	No se exigió.
Capacidad financiera	**Liquidez:** ≥ 1,37	
	Endeudamiento: ≤ 65%	
	Razón de cobertura de intereses: ≥ 2,26	
Capacidad organizacional	**Rentabilidad sobre el patrimonio:** ≥ 0,1	
	Rentabilidad sobre el activo: ≥ 0,05	
Fuente	SECOP II	

Link de acceso:
https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+processos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.1454908

6. DAJ-SAMC-008 DE 2021 - MUNICIPIO DE ARMENIA - QUINDIO

Modalidad	Selección abreviada de menor cuantía.
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE IMPLEMENTACIÓN DE PLAN DE MEDIOS Y PUBLICIDAD ATL, AL IGUAL QUE PUBLICIDAD BTL NECESARIOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIONES ESTRUCTURADA EN DESARROLLO DEL PROYECTO "TODOS INFORMADOS", CON EL PROPÓSITO DE DIVULGAR PROYECTOS, PROGRAMAS, ACTIVIDADES, GESTIONES Y SERVICIOS DEL MUNICIPIO DE ARMENIA CONTEMPLADOS EN EL PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO
Valor	$ 590.000.000,00
Forma de pago	Pagos mensuales

Experiencia.	Acreditar experiencia específica con máximo dos (02) contratos, cuyo objeto del contrato esté relacionado o sea afín al actual, además de que la sumatoria de los contratos presentados sea como mínimo el ciento por ciento (1OO%) del valor total del presupuesto oficial de la presente convocatoria, medido en S.M.M.L.V. vigentes a la fecha de terminación del contrato.	
Duración	7 meses.	
Código UNSPSC	82101800 - Servicios de agencia de publicidad 82101500 - Publicidad impresa 82101900 - Colocación y cumplimiento de medios	
Oferentes	CNC AGENCIA SAS Universal Group Agencia de Comunicaciones S.A.S	
Garantías	**Cumplimiento**	Por el 20% del valor del Contrato, su vigencia será la misma del Contrato y seis (6) meses.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 5% del valor del contrato, por una vigencia igual a la del mismo y tres (3) años más.
	Seriedad de la propuesta	Por el 20% del valor del Contrato, su vigencia será la misma del Contrato y un (1) año.
	Buena calidad del servicio	No se exigió.
Capacidad financiera	**Liquidez:** ≥ 1,65	
	Endeudamiento: ≤ 61,3%	
	Razón de cobertura de intereses: ≥ 2,5	
Capacidad organizacional	**Rentabilidad sobre el patrimonio:** ≥ 0,2276	
	Rentabilidad sobre el activo: ≥ 0,068	
Fuente	SECOP II	

Link de acceso:
https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+processos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.1959124

7. SAMC-SGR-005-2021 - ALCALDIA MUNICIPAL DE VALLEDUPAR

Modalidad	Selección abreviada de menor cuantía.
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL MUNICIPIO DE VALLEDUPAR A TRAVÉS DEL PLAN DE MEDIOS Y COMUNICACIONES - VIGENCIA 2021
Valor	$ 300.000.000,00
Forma de pago	Anticipo por 10% y mensualidades vencidas
Experiencia.	Se verificará la experiencia específica como requisito habilitante, a partir de la información que suministre el proponente, donde el proponente adicionalmente a los contratos aportados para acreditar la experiencia general, deberá acreditar la ejecución de Dos (2) contratos en los que se acredite lo siguiente: Su objeto u alcance debe ser igual o similar o a fin con el objeto del presente proceso de contratación, es decir, la prestación de servicios en la realización y/o ejecución de estrategias de comunicación y/o planes de medios, celebrados, ejecutados y terminados con entidades públicas y/o privadas, cuya sumatoria de valores sea igual o superior al 50% del presupuesto oficial del presente proceso de selección, expresado en SMMLV cuyos objetos contractuales se encuentren identificados según el clasificador de bienes y servicios, en el tercer nivel, en mínimo tres (3) de los códigos UNSPSC de los estudios previos.
Duración	5 meses

Código UNSPSC	82101500 - Publicidad impresa 82101600 - Publicidad difundida 82101800 - Servicios de agencia de publicidad 82101900 - Colocación y cumplimiento de medios 82111900 - Servicios de noticias y publicidad 82121500 - Impresión	
Oferentes	CANAL 12 EL NUESTRO	
Garantías	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor del Contrato, su vigencia será la misma del Contrato y seis (6) meses.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 10% del valor del contrato, por una vigencia igual a la del mismo y tres (3) años más.
	Calidad del servicio	Por el 15% del valor del contrato, por la vigencia del mismo y seis (6) meses.
	Pago anticipado	Por 100% del valor por la duración del mismo contrato.
Capacidad financiera	**Liquidez:** ≥ 1,0	
	Endeudamiento: ≤ 60%	
	Razón de cobertura de intereses: ≥ 1,0	
Capacidad organizacional	**Rentabilidad sobre el patrimonio:** ≥ 0,26	
	Rentabilidad sobre el activo: ≥ 0,11	
Fuente	SECOP II	

Link de acceso:
https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+processos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.2021001

8. SA-027-MC-2020 – MUNICIPIO DE SINCELEJO - SUCRE

Modalidad	Selección abreviada de menor cuantía.
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	SERVICIOS DE DIVULGACIÓN Y PROPAGANDA DE MENSAJES ALUSIVOS A LAS DIFERENTES CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE LOS PROGRAMAS, PLANES Y PROYECTOS QUE ADELANTAN LAS DISTINTAS DEPENDENCIAS DE LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DE SINCELEJO, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Valor	$ 289.027.200,00
Forma de pago	30% anticipo y pagos parciales

Experiencia.	Para el presente proceso de selección los proponentes deberán acreditar experiencia a través de la información consignada en el registro único de proponentes (para personas naturales y jurídicas nacionales o extranjeras domiciliadas en Colombia) relacionando, en el Formulario respectivo, la experiencia que pretendan hacer valer en el proceso de selección, la cual debe corresponder a MÁXIMO UN (1) CONTRATO EJECUTADO CON ENTIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS, cuyo objeto esté relacionado con el objeto del presente proceso, es decir, con la prestación de servicios de divulgación o propaganda de mensajes alusivos a campañas publicitarias. NOTA 1: El contrato aportado deberá ser igual o superior a una (1) vez el presupuesto oficial expresado en SMMLV, esto es igual o superior a (329,2 SMMLV). Para la acreditación de la EXPERIENCIA REQUERIDA, además de consignarse en el formulario de experiencia toda la información solicitada, según corresponda, el proponente deberá cumplir los siguientes requisitos: - Aportar UN (01) contrato terminado que cumpla lo requerido en el presente pliego, es cual debe encontrarse inscrito en el Registro Único de Proponentes – RUP, para las personas que estén obligadas a efectuar dicha inscripción. - El (los) contrato(s) aportado(s) para efectos de acreditación de experiencia, reportado(s) en el Registro Único de Proponentes-RUP, debe(n) encontrarse clasificado(s) hasta el tercer nivel en el "Clasificador de Bienes, Obras y Servicios de las Naciones Unidas", en el código UNSPSC referido en el proceso.	
Duración	2 meses o hasta agotar presupuesto oficial.	
Código UNSPSC	82101600 - Publicidad difundida	
Oferentes	FUNGEX	
Garantías	**Cumplimiento**	10% del valor del Contrato, su vigencia será la misma del Contrato y cuatro (4) meses.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	No se exigió.
	Calidad del servicio	10% del valor del contrato, por la vigencia del mismo y cuatro (4) meses.
	Manejo del anticipo	100% del valor del contrato, por una vigencia igual a la del mismo y cuatro (4) meses.
	Responsabilidad civil extracontractual	No se exigió.
Capacidad financiera	**Liquidez:** ≥ 1,0	
	Endeudamiento: ≤ 70%	
	Razón de cobertura de intereses: ≥ 1,0	
Capacidad organizacional	**Rentabilidad sobre el patrimonio:** ≥ 0	
	Rentabilidad sobre el activo: ≥ 0	
Fuente	SECOP II	

Link de acceso:
https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.1457610

9. 003-2021 - CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE GIRARDOT

Modalidad	Selección abreviada de menor cuantía.
Tipo de contrato	Prestación de servicios

Objeto	PRESTACIÓN DE SERVICIO PARA EL DISEÑO, PRODUCCIÓN, EJECUCIÓN, PROMOCIÓN, DIFUSIÓN DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES QUE PERMITAN EL FORTALECIMIENTO DE LAS FINANZAS PÚBLICAS, RECAUDO DE LAS RENTAS MUNICIPALES Y EL PAGO OPORTUNO DE IMPUESTOS EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT.	
Valor	$ 407.825.000,00	
Forma de pago	Pagos parciales.	
Experiencia.	Para acreditar la experiencia deberá presentar máximo dos (2) certificaciones expedidas por los contratantes o copia de los contratos y su acta de liquidación que acredite la experiencia en contrataciones iguales o similares con entidades públicas y/o privadas cuya sumatoria deberá ser igual o superior al presupuesto oficial del presente proceso de contratación. La experiencia acreditada deberá estar clasificada en al menos dos (2) de los siguientes códigos del Clasificador de Bienes y Servicios en el Tercer Nivel del RUP, por cada contrato presentado:	
Duración	180 Días.	
Código UNSPSC	82101800 - Servicios de agencia de publicidad	
Oferentes	GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY S.A.S	
Garantías	**Cumplimiento**	Por el 10% del valor del Contrato, su vigencia será la misma del Contrato y cuatro (4) meses.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 5% del valor del contrato, por una vigencia igual a la del mismo y tres (3) años más.
	Calidad del servicio	Por el 10% del valor del contrato, por la vigencia del mismo y cuatro (4) meses.
	Responsabilidad civil extracontractual	No se exigió.
Capacidad financiera	**Liquidez:** ≥ 2,0	
	Endeudamiento: ≤ 66%	
	Razón de cobertura de intereses: ≥ 2,0	
Capacidad organizacional	**Rentabilidad sobre el patrimonio:** ≥ 0,14	
	Rentabilidad sobre el activo: ≥ 0,026	
Fuente	SECOP I	

Link de acceso:
https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=21-11-11677796

10. FLO-SAMC-011-2019 - SANTANDER - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA

Modalidad	Selección abreviada de menor cuantía.
Tipo de contrato	Prestación de servicios
Objeto	PRESTAR LOS SERVICIOS DE APOYO EN LA PLANIFICACIÓN, PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL, CREACIÓN Y DISEÑO DE CAMPAÑAS, EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y HERRAMIENTAS DE MERCADEO DIGITAL CON EL FIN DE FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA DENTRO DEL MARCO DEL PROYECTO FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA LA DIVULGACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONAL Y ALTERNATIVOS DEL MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA
Valor	$ 500.000.000,00
Forma de pago	Pagos parciales.

Experiencia.	Para acreditar esta experiencia, la Entidad solicita la presentación de hasta DOS (02) CONTRATOS ejecutados, terminados y liquidado con entidades del sector público o privado, acreditado mediante contrato, acta de liquidación o certificación, tratándose de entidades privadas certificación y su correspondiente factura de venta con el lleno de los requisitos establecidos en el Estatuto Tributario, cuya sumatoria en valor sean superior al 60% del presupuesto oficial expresado en 362.274 SMLMV, en cuyo objeto y/o alcance se evidencie la ejecución de actividades de producción audiovisual con animación y/o motion graphics 2d /3d, ; lo anterior conforme a que las actividades y alcance de la presente necesidad encierran la realización de las actividades descritas	
Duración	105 Días.	
Código UNSPSC	Publicidad impresa 82101500 Servicios de agencia de publicidad 82101800 Colocación y cumplimiento de medios 82101900 Escritura creativa 82111700 Servicios de noticias y publicidad 82111900 Fotógrafos y cinematógrafos 82131600 Servicio de diseño Artístico 82141500 Servicios de apoyo de gerencia 80161500	
Oferentes	UNION TEMPORAL " IMAGEN INSTITUCIONAL FLORIDABLANCA 2019"	
Garantías	**Cumplimiento**	Por el 20% del valor del Contrato, su vigencia será la misma del Contrato y cuatro (4) meses.
	Pago de salarios y prestaciones sociales	Por el 10% del valor del contrato, por una vigencia igual a la del mismo y tres (3) años más.
	Calidad de los Bienes y servicios	Por el 10% del valor del contrato, por la vigencia del mismo y cuatro (4) meses.
	Responsabilidad civil extracontractual	No se exigió.
Capacidad financiera	**Liquidez:** ≥ 1,4	
	Endeudamiento: ≤ 55%	
	Razón de cobertura de intereses: ≥ 2,9	
Capacidad organizacional	**Rentabilidad sobre el patrimonio:** ≥ 0,14	
	Rentabilidad sobre el activo: ≥ 0,05	
Fuente	SECOP I	

Link de acceso: https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=19-11-9831048

Es necesario precisar que la capacidad organizacional de la gobernación de sucre se ajusta a los requerimientos y particularidades exigidos por la entidad y según las tendencias actuales del mercado, cuenta con la experiencia en el proceso a desarrollar. Por otro lado, la empresa debe disponer de un equipo humano idóneo y competente que permita la ejecución efectiva del objeto contractual dentro del plazo requerido por la Entidad.

6. ANÁLISIS DEL SECTOR.

Según lo establecido en la Guía Para Elaboración De Estudios Del Sector la estructura del análisis debe cubrir tres áreas (I) aspectos generales (económicos, técnicos y reglamentarios), (II) estudio de la oferta y (III) estudio de la demanda. Una vez analizadas estas áreas se puede proceder a determinar los requisitos habilitantes, algunos de los riesgos y la modalidad de selección de la oferta.

6.1 TIPO DE CONTRATO

De acuerdo con las especificaciones técnicas del proyecto en mención y a la información analizada en el estudio de la demanda se puede concluir que el presente contrato es de **PRESTACIÓN DE SERVICIOS.**

6.2 FORMA DE PAGO

Al revisar la información suministrada en el análisis de la demanda se evidencia claramente que las entidades que han realizado proyectos de este tipo han realizado los pagos de sus obligaciones financieras a través de:

- Pagos parciales.
- Pagos mensuales.
- Anticipo y pagos parciales.

6.3 GARANTÍAS

Del estudio realizado a los procesos llevados a cabo en las demás entidades estatales se observó que estas incluyen entre los amparos requeridos en la garantía de seriedad los siguientes:

- Cumplimiento: Por el 10%, 20% y el 25% del valor del contrato.
- De salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales: Por el 5% y el 10% del valor del contrato.
- Calidad del servicio: Por el 10%, 15%, y el 20% del valor del contrato.
- De Responsabilidad Civil Extracontractual: por el valor 200 SMMLV.
- Buen manejo e inversión del anticipo: Por el 100% del valor del anticipo.

6.4 OFERENTES

De acuerdo con la información obtenida en el estudio de la demanda, se observa que en el pasado en las demás entidades se han realizado procesos con objetos similares al del presente y han contado con la participación de los siguientes oferentes:

No	ENTIDAD	OFERENTE/S
1	GOBERNACIÓN DE SUCRE	LAS MEJORES SOLUCIONES EN COMUNICACIONES ESTRATEGICAS E U
2	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DEL SERVICIO PUBLICO DE EMPLEO	FENIX MEDIA GROUP SAS GRUPO ONE S.A.S Native Films MIACOM S.A.S. BIG MEDIA PUBLICIDAD SAS
3	MINISTERIO DEL TRABAJO, NIVEL CENTRAL.	CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A. Universal Group Agencia de Comunicaciones S.A.S CENTURY Trébol Editores
4	MINISTERIO DE DEFENSA	GRUPO ERCA COMUNICACION INTEGRAL SAS UNIÓN TEMPORAL PROYECTO 026 GAHD FENIX MEDIA GROUP SAS

		ARENA MEDIA UNION TEMPORAL MISTY WELLS Y HAROLD ZEA 2019
5	GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO	CNC AGENCIA SAS
6	MUNICIPIO DE ARMENIA - QUINDIO	CNC AGENCIA SAS Universal Group Agencia de Comunicaciones S.A.S
7	ALCALDIA MUNICIPAL DE VALLEDUPAR	CANAL 12 EL NUESTRO
8	MUNICIPIO DE SINCELEJO, SUCRE	FUNGEX
9	CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE GIRARDO	GOOD PEOPLE MARKETING AGENCY S.A.S
10	SANTANDER - ALCALDÍA MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA	UNION TEMPORAL " IMAGEN INSTITUCIONAL FLORIDABLANCA 2019

6.5 INDICADORES FINANCIEROS Y OPERACIONALES

Con base en el análisis de las 10 entidades del estudio de demanda (incluyendo la Gobernación de Sucre), los índices establecidos por Colombia Compra Eficiente y las muestras tomadas de la información empresarial de la Superintendencia de Sociedades – Estados Financieros por Sector Económico, se relacionan los indicadores financieros y operacionales y se calculan valores estadísticos tales como media aritmética, mediana, valores máximos y valores mínimos así:

ENTIDAD	No PROCESO		INDICADORES DE CAPACIDAD FINANCIERA			INDICADORES DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	
		Presupuesto	Indice de Liquidez	Indice de Endeudamiento	Cobertura de Intereses	Rentabilidad del Patrimonio	Rentabilidad del Activo
GOBERNACION DE SUCRE	SA-008-2020	$ 379.719.200,00	1,80	45	6,15	0,12	0,08
UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DEL SERVICIO PUBLICO DE EMPLEO	SPE-DG-SAMC-012-2020	$ 136.848.824,00	1,50	68	2,00	0,03	0,03
MINISTERIO DEL TRABAJO, NIVEL CENTRAL	SAMC- MT-004 – 2020	$ 568.491.064,00	1,50	70	1,00	0,02	0,02
MINISTERIO DE DEFENSA	026/2019 MDN-UGG-DA	$ 798.932.160,00	1,50	50	3,90	0,00	0,00
GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO	006-2020 SELECCIÓN ABREVIADA	$ 299.968.702,00	1,37	65	2,26	0,10	0,05

MUNICIPIO DE ARMENIA - QUINDIO	DAJ-SAMC-008 DE 2021	$ 590.000.000,00	1,65	61	2,50	0,23	0,07
ALCALDIA MUNICIPAL DE VALLEDUPAR	SAMC-SGR-005-2021	$ 300.000.000,00	1,00	60	1,00	0,26	0,11
MUNICIPIO DE SINCELEJO, SUCRE	SA-027-MC-2020	$ 289.027.200,00	1,00	70	1,00	0,00	0,00
CUNDINAMARCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE GIRARDOT	003-2021	$ 407.825.000,00	2,00	66	2,00	0,14	0,03
ALCALDÍA MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA - SANTANDER	FLO-SAMC-011-2019	$ 500.000.000,00	1,40	55	2,90	0,14	0,05
COLOMBIA COMPRA EFICIENTE			1,00	70	1,00	0,00	0,00
MUESTRA ENTIDADES DE LA OFERTA			2,98	58	4,01	0,17	0,07
PROMEDIO			1,56	62	2,48	0,10	0,04
MEDIANA			1,50	63	2,13	0,11	0,04
MINIMOS			1,00	45	1,00	0,00	0,00
MAXIMOS			2,98	70	6,15	0,26	0,11
Fuente: Colombia Compra Eficiente y Supersociedades							

Los índices financieros que se establezcan para el presente proceso deben garantizar que el proveedor a seleccionar cuente con la capacidad financiera suficiente para el cumplimento del contrato consecuente con el valor y magnitud del mismo.

•**Índice de Liquidez**: Dada la naturaleza de la ejecución del contrato y forma de pago prevista, se sugiere que el proponente cuente con un índice de liquidez mayor o igual a **1,50** veces. A mayor índice de liquidez, menor es la probabilidad que el proponente incumpla sus obligaciones de corto plazo. El índice de liquidez permite establecer la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo, sin necesidad de comprometer la propiedad planta y equipo.

•**Nivel de Endeudamiento:** Teniendo en cuenta la naturaleza del sector, se estima que los proponentes deberán acreditar un NDE máximo del **62%**. Lo cual garantiza que el grado de apalancamiento utilizado para el pago de sus deudas no es muy alto y así poder dar respaldo a la ejecución del contrato. A mayor índice de endeudamiento, mayor es la probabilidad del proponente de no poder cumplir con sus pasivos.

•**Cobertura de intereses**: Este indicador establece la incidencia que tienen los gastos financieros sobre las utilidades operacionales de la empresa, para este caso se requiere que la utilidad operacional sea mayor o igual a **2,40** veces los intereses pagados.

•**Rentabilidad del patrimonio:** Indica cuanto rendimiento obtuvieron los socios o dueños de la empresa. En este proceso debe ser mayor o igual al **0,10.**

•**Rentabilidad del activo:** Muestra la capacidad del activo para generar utilidades, independiente de cómo se haya financiado, ya sea con deuda o con patrimonio. Par este caso se requiere que sea mayor o igual a **0,04**.

INDICADOR	VALOR
Índice de Liquidez	≥ 1,50
Índice de endeudamiento	≤ 62%
Razón Cobertura de Intereses	≥ 2,40
Rentabilidad del Patrimonio	≥ 0,10
Rentabilidad del Activo	≥ 0,04

14. OBSERVACIONES

En el estudio de la demanda realizado a los procesos de este mismo tipo realizados a las entidades estatales se pudo observar que todos fueron adjudicados y celebrados de forma normal entre el contratista y el contratante, y algunos están en proceso de selección entre los oferentes.

Teniendo en cuenta la naturaleza del proceso contractual de los riesgos que se pueden presentar se enuncian los siguientes:

- Accidentes de trabajo
- El tiempo planeado para la ejecución del proceso no es suficiente.
- Proceso declarado desierto.
- Las cantidades contratadas no son suficientes para satisfacer la necesidad.
- No pago de las obligaciones con los empleados.
- Los precios no corresponden a los del mercado
- Fluctuación en los precios del mercado
- Incumplimiento del objeto contractual
- Mala calidad de los servicios prestados.
- Que el proceso sea declarado desierto.
- Necesidad insatisfecha.

15. RECOMENDACIONES

De igual manera, al elaborar los estudios previos y en la invitación a participar, la entidad deberá tener en cuenta al momento de establecer los requisitos habilitantes lo dispuesto en el Manual de Determinación de Requisitos habilitantes expedido por la Agencia Colombia Compra eficiente y atendiendo a: (a) el Riesgo del Proceso de Contratación; (b) el valor del contrato objeto del Proceso de Contratación; (c) el análisis del sector económico respectivo; y (d) el conocimiento de fondo de los posibles oferentes desde la perspectiva comercial, tal y como lo establece el artículo 2.2.1.1.1.6.2 del decreto 1082 de 2015.

16. VALOR Y TIEMPO ESTIMADO

Visto lo anterior, de conformidad con el análisis realizado el valor estimado para la contratación de: **"PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN,**

EDICIÓN Y PUBLICACIÓN DE CAMPAÑAS Y MENSAJES INSTITUCIONALES EN RADIO, TELEVISIÓN, PRENSA, Y REDES SOCIALES QUE REQUIERA LA GOBERNACIÓN DE SUCRE", con un plazo de ejecución del contrato que será hasta el 31 de diciembre de 2021 o hasta agotar presupuesto (lo primero que ocurra), corresponde a la suma de: **QUINIENTOS OCHENTA Y NUEVE MILLONES QUINIENTOS NOVENTA MIL QUINIENTOS SESENTA Y NUEVE PESOS ($589.590.569,00) M/CTE,** incluidos todos los impuestos, tasas y contribuciones Nacionales, Departamentales y Municipales, a que hubiere lugar y demás descuentos de carácter departamental.

Para constancia se firma en Sincelejo, Sucre el mes de julio de 2021.

KAREM PATRICIA GAVIRIA ARCILA
Secretaria Privada Departamental

Proyectó: Sandy Vergara Marrugo