

	<p>Imprenta Nacional de Colombia República de Colombia</p> <p>DOCUMENTO ESTUDIO DEL SECTOR</p>	 <p>GOBIERNO DE COLOMBIA</p>
---	---	---

CAMPAÑA DE LA DIRECCIÓN DE BIENESTAR SOCIAL (DIBIE) 2018 DE LA POLICÍA NACIONAL

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA

Documento Estudio del Sector

Objeto por contratar: CAMPAÑA DE LA DIRECCION DE BIENESTAR SOCIAL (DIBIE) 2018 DE LA POLICÍA NACIONAL

23 de agosto de 2018

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como objetivo documentar el análisis de sector realizado para contratar los servicios de publicidad, diseño de artes y estrategias de comunicación, lo anterior de conformidad con el artículo Artículo 2.2.1.1.1.6.1. del decreto 1082. El estudio del sector comprende el análisis de la demanda y el análisis de la oferta en donde se discrimina las variables para determinar los precios unitarios que se van a establecer en el proceso de selección que adelante la Imprenta Nacional de Colombia - INC.

1. OBJETO

Campaña de la Dirección de Bienestar Social (DIBIE) 2018 de la Policía Nacional.

2. ANALISIS DE LA DEMANDA

El presente numeral tiene como objeto, describir los procesos de selección que ha realizado La Imprenta para contratar los bienes y servicios similares al del objeto de la presente necesidad en años anteriores, de igual forma tiene por objetivo analizar las condiciones estipuladas en procesos de contratación de otras entidades estatales similares a la presente necesidad.

2.1 Histórico de contratación de la Entidad

A continuación, se resumen los procesos de selección que ha adelantado la imprenta en vigencias anteriores, se toma como periodo de análisis los últimos 2 años. Al realizar este análisis se identificó que se han adelantado 3 procesos con el fin de contratar servicios publicitarios y BTL, los cuales han sido contratados mediante la modalidad de contratación directa.

Proceso Numero 109-2017	
Modalidad de selección	Contratación Directa
Estado del proceso	Celebrado – Suscrito el 22 de agosto de 2017
Objeto del contrato	Servicio de ATL – Divulgación y Producción en medios dentro del plan vive Digital, para el desarrollo del evento - ANDICOM 2017.
Razón Social del Contratista	MAYO PUBLICIDAD COLOMBIA S.A.S
Valor Inicial del Contrato	\$251.042.400
Plazo de ejecución	Quince (15) días

	<p>Imprenta Nacional de Colombia República de Colombia</p> <p>DOCUMENTO ESTUDIO DEL SECTOR</p>	 <p>GOBIERNO DE COLOMBIA</p>
---	---	---

Proceso Numero 109-2017	
Precios unitarios de los elementos adquiridos	No aplica
Indicadores Financieros del proceso	No aplica
Valor Adiciones	Sin adiciones
Prórrogas	Sin prórrogas
Fuente:	https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=17-4-6977005

Proceso Numero 118-2017	
Modalidad de selección	Contratación Directa
Estado del proceso	Celebrado – Suscrito el 30 de agosto de 2017
Objeto del contrato	Servicio de BTL para las actividades y eventos protocolarios del Departamento Admon de La Presidencia con motivo de la visita del papa francisco en desarrollo del convenio interadministrativo no. 125-17 firmado entre la INC y la Presidencia
Razón Social del Contratista	SONIC DESIGN LTDA
Valor Inicial del Contrato	\$2.380.400.000
Plazo de ejecución	Quince (15) días
Precios unitarios de los elementos adquiridos	No aplica
Indicadores Financieros del proceso	No aplica
Valor Adiciones	Sin adiciones
Prórrogas	Sin prórrogas
Fuente:	https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=17-4-7002875

Proceso Numero 175-2016	
Modalidad de selección	Contratación Directa
Estado del proceso	Celebrado – Suscrito el 14 de diciembre de 2016
Objeto del contrato	Prestar los servicios de planeación, creación y diseño de la idea creativa o estrategia de comunicación que permita dar continuidad a la plataforma estratégica de la campaña Un Compromiso de Corazón liderada por la Policía Nacional.
Razón Social del Contratista	PIÑEROS PRODUCCIONES S.A.
Valor Inicial del Contrato	\$ 225.000.000

	<p>Imprenta Nacional de Colombia República de Colombia</p> <p>DOCUMENTO ESTUDIO DEL SECTOR</p>	 <p>GOBIERNO DE COLOMBIA</p>
---	---	---

Proceso Numero 175-2016	
Plazo de ejecución	Treinta (30) días
Precios unitarios de los elementos adquiridos	No aplica
Indicadores Financieros del proceso	No aplica
Valor Adiciones	Sin adiciones
Prórrogas	Sin prórrogas
Fuente:	https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=16-4-5956968

3. ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

A continuación, se realiza una descripción del comportamiento del mercado de publicidad, diseño de artes y estrategias de comunicación, desde su componente económico y técnico.

3.1 Componente Económico

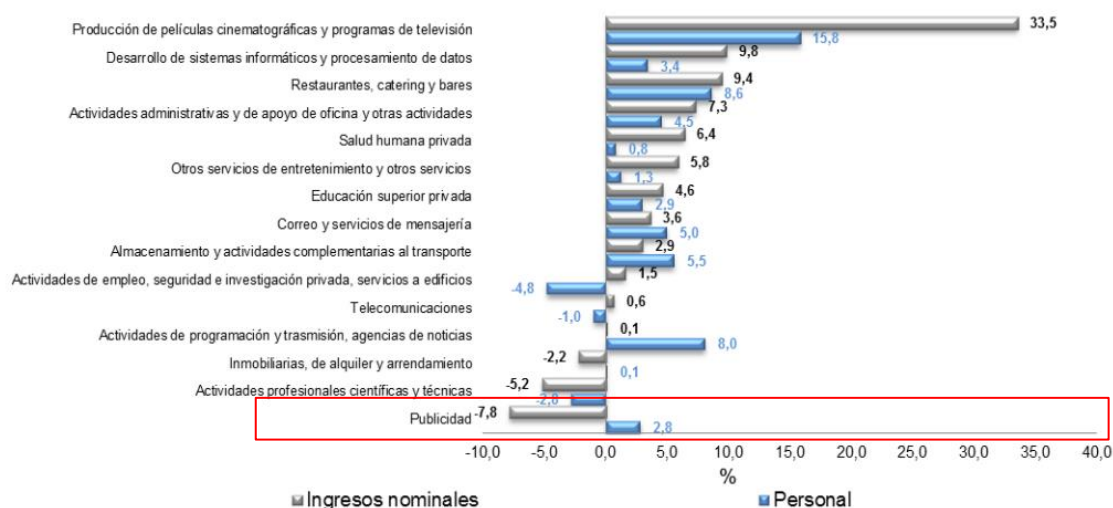
Teniendo en cuenta la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, revisión cuarta, (CIIU Rev. 4 A.C), adaptada para Colombia por el DANE, las empresas cuya actividad económica está orientada a la prestación de servicios de publicidad, se clasifican en la sección M denominada "Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas", como se muestra a continuación.

Código CIIU	Descripción	Incluye entre otros servicios:
División 73	Publicidad y estudios de mercado	
Grupo 731	Publicidad	
Clase 7310	Publicidad	<p>Esta clase incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión. La creación y realización de campañas de publicidad
División 74	Otras actividades profesionales, científicas y técnicas	
Grupo 741	Actividades especializadas de diseño	

Código CIIU	Descripción	Incluye entre otros servicios:
Clase 7410	Actividades especializadas de diseño	<p>Esta clase incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las actividades de diseñadores gráficos

De acuerdo con el boletín técnico de la Muestra Trimestral de Servicios del IV trimestre de 2017 (MTS) del DANE, los servicios de publicidad registraron una disminución de 7,8% en los ingresos nominales y un crecimiento de 2,8% en el personal ocupado respecto al mismo periodo de 2016¹, como se puede ver en la siguiente gráfica:

Variación anual de los ingresos nominales y del personal ocupado
IV Trimestre de 2017



Fuente: DANE, Muestra Trimestral de servicios IV Trimestre de 2017.

Este mismo boletín indica que, la variación de -7,8% en los ingresos totales, se explica por una disminución de 7,5% de los ingresos por servicios y de 28,1% de la venta de mercancías. La variación de 2,8% en el personal total, se explica por el incremento de 5,9% en el personal temporal directo. Como se puede evidenciar en el siguiente gráfico:

¹ Fuente: DANE – Boletín técnico de Muestra Trimestral de Servicios IV Trimestre de 2017. Consultada en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mts/bol_mts_IVtrim_17.pdf

DOCUMENTO ESTUDIO DEL SECTOR

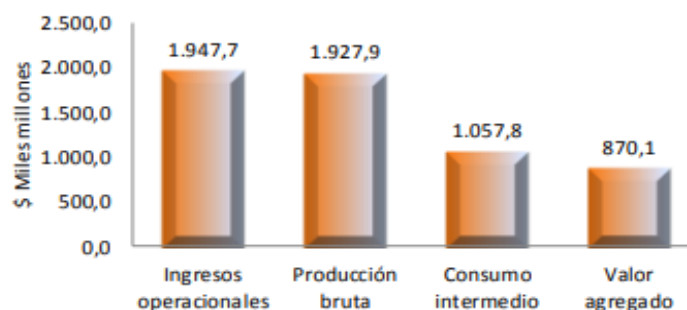


Fuente: DANE, Muestra Trimestral de servicios IV Trimestre de 2018.

Así mismo, la Encuesta Anual de Servicios (EAS) para 2016, muestra que las empresas dedicadas a la prestación de servicios de publicidad tuvieron el siguiente comportamiento económico durante ese año²:

Durante el año 2016, los ingresos operacionales de las empresas analizadas en la encuesta anual de servicios ascendieron a \$1.947,7 miles de millones y la producción bruta a \$1.927,9 miles de millones³. La diferencia entre estos dos valores corresponde al costo de la mercancía vendida.

Variables principales en actividades de publicidad año 2016



Fuente: DANE, Encuesta anual de servicios (EAS) – 2016.

En 2016, el valor del consumo intermedio fue \$1.057,8 miles de millones y el valor agregado por las empresas de este sector fue de \$870,1 miles de millones. En ese mismo año las

² DANE; 2016, Encuesta anual de servicios (EAS), Consultada en:
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eas/bp_EAS_2016.pdf.

³ La EAS correspondiente al año 2016 investigó un total de 132 empresas dedicadas principalmente a la prestación de servicios publicidad.

empresas dedicadas a las actividades de publicidad ocuparon en total 14.274 personas. Así mismo, estas empresas pagaron \$367,4 miles de millones en sueldos y salarios y, \$185,2 miles de millones en prestaciones sociales. La remuneración promedio por persona en el año fue de \$38,8 millones.

En cuanto a la inversión, el Estudio de Inversión Publicitaria Neta del III trimestre de 2017⁴, presentado por Andiaros, indica que la inversión publicitaria en el país tuvo un decrecimiento acumulado de 8,85%, con respecto al mismo periodo del 2016, alcanzando solo \$1.232.820 millones, de los cuales la televisión nacional se quedó con el 56%, seguido por la radio que tomó otro 30% del total, quedando para medios impresos, OOH (publicidad exterior) y televisión regional y local el 20% restante.

3.2 Componente técnico

El sector de comunicaciones y publicitario comprende las actividades de concepción, diseño y producción de mensajes destinados a clientes reales y potenciales a través de los medios de comunicación (tradicionales y no tradicionales).

Estas actividades se desarrollan a partir de las agencias de publicidad, comunicaciones o mercadeo, siendo estas especializadas o de servicios completos, boutiques creativas o centrales de medios:



⁴ Estudio de Inversión Publicitaria Neta del III trimestre de 2017: <http://www.asomedios.com/wp-content/uploads/2018/01/Estudio-IPN-3%C2%B0-TRIM-2017.pdf>

Agency Scopen en el informe de tendencias elaborado en el año 2016, sobre las agencias en Colombia, presenta el panorama de las agencias y su relación con los anunciantes, indicando que, el 68,4% de los entrevistados manifiestan que para el periodo del estudio el 50,6% trabajaba con una agencia integrada y al consultarle como le gustaría trabajar a futuro, el 68,4% indicó que les gustaría trabajar con una agencia integrada que resuelva todas sus necesidades en comunicación, siendo Colombia, entre los 12 países del estudio, el país donde más anunciantes optan por este tipo de trabajo integral.

En cuanto al grado de satisfacción de los usuarios, el estudio refleja el 82% de satisfacción con el manejo de su cuenta por parte de una agencia, los cuales esperan que funcionen como una especie de consultores, que conocen el mercado, el público y el negocio, visualizan las posibilidades de integración y pueden alertar y minimizar los riesgos y las posibles crisis.

De igual forma, el estudio refleja en cuanto al presupuesto que el 22,4% corresponde a actividades de comunicación digital, el 33,2% a actividades de BTL (correos electrónicos, llamadas telefónicas, eventos, redes sociales) y el 44,4% a actividades de ATL (medios masivos como principales canales de difusión, los más utilizados son la televisión, la radio, los periódicos, las revistas y publicidad exterior).

En cuanto a qué buscan los anunciantes para escoger una agencia, el 50,6% de los colombianos entrevistados indicaron que una mezcla entre creatividad e innovación y planeación estratégica, siendo Colombia el mercado donde más demandan este último atributo, lo cual representa, más allá de investigación, efectividad en los resultados, acordes a la marca y su comunicación.

Según el informe, para la forma de seleccionar las agencias, el 89,5% de los entrevistados indicaron que se van por procesos licitatorios (60.4% seleccionan por estrategia y creatividad 21.3% por precio y 7,8% por estrategia). El 14,2% se van por asignación directa y el porcentaje restante por asignación internacional, workshops, selección de credenciales o consultores.

4. ANALISIS DE LA OFERTA

En el presente numeral se busca identificar los posibles proveedores, existentes en el mercado. Así mismo, busca identificar características de las empresas proveedoras, tales como tamaño, ubicación y comportamiento financiero.

4.1 Resumen de contratación otras Entidades

A continuación, se realiza el resumen de los procesos de selección realizados por otras entidades, cuyo objeto es similar al de la presente contratación:

SECRETARÍA DE HACIENDA DISTRITAL	
Número del proceso	SDH-SIE-04-2018
Modalidad de selección	Subasta
Estado del proceso	Celebrado
Objeto del contrato	Prestar servicios integrales requeridos para la estructuración, negociación y ejecución de los planes de medios para la implementación de estrategias de comunicación ATL y BTL, solicitadas por la Secretaría Distrital de Hacienda, tanto en medios tradicionales de comunicación, como en otros espacios.
Razón Social del Contratista	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO LTDA
Valor Inicial del Contrato	\$ 981.553.000
Plazo de ejecución	12 meses
Indicadores Financieros del proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de liquidez: Mayor o igual a 1,1 veces • Nivel de endeudamiento: Menor o igual al 75% • Razón de cobertura de intereses: Mayor o igual a 1 vez • Capital de Trabajo: Mayor o igual a 25% del valor del presupuesto • Rentabilidad del patrimonio: Mayor o igual a 3% • Rentabilidad del activo: Mayor o igual a 2%
Valor Adiciones	No Aplica
Prorrogas	No Aplica
Fuente:	https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=18-9-441113

CNSC - COMISIÓN NACIONAL DEL SERVICIO CIVIL	
Número del proceso	CNSC-PAMC-005 DE 2018
Modalidad de selección	Selección Abreviada de Menor Cuantía
Estado del proceso	Adjudicado

	<p>Imprenta Nacional de Colombia República de Colombia</p> <p>DOCUMENTO ESTUDIO DEL SECTOR</p>	 <p>GOBIERNO DE COLOMBIA</p>
---	---	---

CNSC - COMISIÓN NACIONAL DEL SERVICIO CIVIL	
Objeto del contrato	Contratar la prestación de los servicios de una agencia de medios para apoyar la divulgación de las actividades, programas y políticas relacionadas con la administración y vigilancia de la carrera administrativa.
Razón Social del Contratista	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO LTDA
Valor Inicial del Contrato	\$ 150.000.000
Plazo de ejecución	
Indicadores Financieros del proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de liquidez: Mayor o igual a 1 vez • Nivel de endeudamiento: Menor o igual al 70% • Razón de cobertura de intereses: Mayor o igual a 2 veces • Rentabilidad del patrimonio: Mayor o igual a 3% • Rentabilidad del activo: Mayor o igual a 3%
Valor Adiciones	No Aplica
Prorrogas	No Aplica
Fuente:	https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=18-11-8221407

SECRETARÍA DE HACIENDA DISTRITAL	
Número del proceso	SDH-SIE-01-2017
Modalidad de selección	Selección Abreviada de Menor Cuantía
Estado del proceso	Adjudicado
Objeto del contrato	Prestar los servicios integrales requeridos para la estructuración, negociación y ejecución de los planes de medios para la implementación de estrategias de comunicación ATL y BTL, solicitadas por la Secretaría Distrital de Hacienda, tanto en medios tradicionales de comunicación, como en otros espacios, de conformidad con lo establecido en el pliego de condiciones.
Razón Social del Contratista	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO LTDA
Valor Inicial del Contrato	\$653.400.000
Plazo de ejecución	6 meses
Indicadores Financieros del proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de liquidez: Mayor o igual a 1,3 veces • Nivel de endeudamiento: Menor o igual al 64% • Razón de cobertura de intereses: Mayor o igual a 1,3 veces • Capital de Trabajo: Mayor o igual a 30% del valor del presupuesto • Rentabilidad del patrimonio: Mayor o igual a 8% • Rentabilidad del activo: Mayor o igual a 5%
Valor Adiciones	No Aplica
Prorrogas	No Aplica

SECRETARÍA DE HACIENDA DISTRITAL	
Fuente:	https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=17-9-426511

4.2 Análisis de Indicadores Financieros

Teniendo en cuenta lo descrito en el artículo 2.2.1.1.1.6.2, del decreto 1082 de 2015, el cual indica que las Entidades Estatales deben establecer requisitos financieros habilitantes en los procesos que adelanten, el presente numeral busca realizar el análisis de las condiciones financieras del sector tomando de referencia los indicadores estipulados en el artículo 2.2.1.1.1.5.3 del mismo decreto.

De acuerdo con lo anterior, a continuación, se realiza una breve descripción de los indicadores financieros exigidos en el decreto 1082 de 2015 y el análisis del comportamiento financiero de las empresas del sector en estudio:

Capacidad Financiera: Los siguientes indicadores miden la capacidad financiera del interesado⁵:

- Índice de liquidez: Activo corriente dividido por el pasivo corriente.
- Índice de endeudamiento: Pasivo total dividido por el activo total.
- Razón de cobertura de intereses: Utilidad operacional dividida por los gastos de intereses.

Capacidad Organizacional: Los siguientes indicadores miden el rendimiento de las inversiones y la eficiencia en el uso de activos del interesado⁶:

- Rentabilidad del patrimonio: Utilidad operacional dividida por el patrimonio.
- Rentabilidad del activo: Utilidad operacional dividida por el activo total.

Para analizar el comportamiento financiero de las empresas productoras y distribuidoras de papel, que pudieran suministrar los elementos e insumos requeridos por la Entidad, se tomó la información financiera de una muestra de 76 empresas del sector en estudio, la cual se

⁵ Información tomada del decreto 1082 de 2015. artículo 2.2.1.1.1.5.3

⁶ Ídem

encuentran publicados en el Portal de Información Empresarial (PIE) de la Superintendencia de Sociedades, con corte a 31 de diciembre de 2017, con el objetivo de analizar los indicadores financieros exigidos en el decreto 1082 de 2015.

Es importante indicar que, de la muestra se excluyeron datos atípicos y/o extremos con el fin de evitar distorsiones en los resultados.

A continuación, se relaciona el análisis del comportamiento de cada uno de los indicadores financieros de la muestra.

Medida de tendencia central	Índice de Liquidez	Endeudamiento	Razón de cobertura de intereses	Rentabilidad del Patrimonio	Rentabilidad del Activo
Promedio	1,61	65%	4,12	35%	8%
Media geométrica	1,49	63%	No calculable ⁷	No calculable	No calculable
Mínimo	0,48	36%	4,22	-128%	-8%
Máximo	4,25	94%	17,52	198%	26%

Con base en lo anterior, la entidad establece los indicadores financieros habilitantes del proceso de selección, los cuales deberán cumplir los oferentes interesados en el proceso de selección:

INDICADORES FINANCIEROS DEL PROCESO				
Índice de Liquidez	Endeudamiento	Razón de cobertura de intereses	Rentabilidad del Patrimonio	Rentabilidad del Activo
Mayor o igual a 1,5 vez	Menor o igual al 65%	Mayor o igual a 2,0 vez	Mayor o igual a 6,0%	Mayor o igual a 3,0%

De acuerdo con la muestra analizada, se determinó que el 28,78% de las empresas dan cumplimiento a los indicadores financieros establecidos para el presente proceso.

⁷ La muestra incluye datos negativos por lo tanto no se puede calcular esta medida de tendencia central.

4.1 Resultado de la investigación de mercado

Con el objetivo de obtener precios de referencia de los elementos requeridos, la Entidad solicitó a **tres** proveedores del servicio requerido por la Imprenta, los precios de dichos elementos de acuerdo con las características técnicas descritas por la Entidad.

Como producto de la investigación de mercado se obtuvo los precios por parte de las siguientes empresas

No.	EMPRESA
1	GRUPO ONE SAS.
2	DREAMTEAM PUBLICIDAD S.A.S
3	MAS MARCA PUBLICIDAD SAS

De acuerdo con la información recibida de las empresas que remitieron sus cotizaciones a la INC, se estimaron medidas de tendencia central tales como Promedio y Media Geométrica, para los precios suministrados en las cotizaciones de cada una de las empresas.

De conformidad con lo anterior, para efectos de cálculos y estimación del valor unitario techo se utilizó la media geométrica como medida de tendencia central para el análisis del presupuesto.

Finalmente, como producto de la investigación de mercado se determinan los siguientes precios unitarios conforme al análisis de precios de las cotizaciones recibidas.

Precios unitarios para el proceso de selección.

<i>Cantidad</i>	<i>Descripción del bien o servicio</i>	<i>Valor unitario sin IVA (\$)</i>	<i>IVA (%)</i>	<i>Valor total incluido IVA (Redondeado)</i>
1	Realizar la creación, producción y emisión de una campaña de comunicación interna que contenga creatividad, aplicaciones, piezas de comunicación, eventos, servicios ATL Y BTL, para visibilizar los mensajes estratégicos que se quieran socializar, fundamentados en las temáticas de interés institucional que ayuden a fortalecimiento y posicionamiento del programa.	\$ 303.748.163,3	19%	\$ 361.460.314,0

Como resultado del análisis de las cotizaciones recibidas y de los cálculos efectuados por la entidad, se obtuvo un presupuesto de TRESCIENTOS SESENTA Y UN MILLONES CUATROCIENTOS SESENTA MIL TRESCIENTOS CATORCE PESOS M/CTE. (\$ 361.460.314,0), incluido IVA.

De conformidad con lo anterior y según el presupuesto previsto para el presente proceso equivalente a CUATROCIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE (\$400.000.000,0), La Imprenta Nacional de Colombia estaría obteniendo una utilidad de TREINTA Y OCHO MILLONES QUINIENTOS TREINTA Y NUEVE MIL SEIS CIENTOS OCHENTA Y SEIS PESOS M/CTE (\$38.539.686,0), es decir del 9,63%. Dicho margen podrá aumentar en la medida que las propuestas económicas que se reciban por parte de los proponentes sean inferiores al precio unitario definido en el presente ejercicio.

Elaboraron: Diego Quintanilla O. / Andrés Mutis G.