ESTUDIO DEL SECTOR

(Decreto1082 de 2015)

CONTENIDO

OBJETO

CLASIFICACIÓN UNSPSC

SECTOR AL CUAL PERTENECE

A. ASPECTOS GENERALES

1. Económico.
2. Técnico.
3. Regulatorio.

B. ESTUDIO DE LA OFERTA

1. Identificación de Proveedores.
2. Análisis de Costos y Precios.

C. ESTUDIO DE LA DEMANDA

1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?
2. ¿Cómo adquieren las Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

D. VALOR ESTIMADO

ESTUDIO DEL SECTOR

De conformidad con el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 el cual establece que la Entidad Estatal deberá hacer durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso.

El análisis del sector permite establecer el contexto del Proceso de Contratación, identificar algunos de los Riesgos y determinar los requisitos habilitantes. La Alcaldía de Montería con lo establecido en la guía para la elaboración de estudios del sector de Colombia Compra Eficiente estructura el análisis del sector del siguiente proceso en las siguientes áreas.

A. Aspectos Generales
B. Estudio de la Oferta
C. Estudio de la Demanda
D. Estudio de Mercado

OBJETO

APOYAR A LA SECRETARÍA DE SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL EN LA GESTIÓN Y DESARROLLO DE ACCIONES Y ESTRATEGIAS PARA LA PREVENCIÓN DE QUEMADURAS POR EL USO DE PÓLVORA EN EL MUNICIPIO DE MONTERÍA.

CLASIFICACIÓN UNSPSC

De Conformidad con el clasificador de bienes y servicios de Naciones Unidas, versión 14 del UNSPSC, consultado en la página web. www.colombiacompra.gov.co/clasificacion, el objeto a contratar se encuentra codificado así:

CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS	
CÓDIGO	**NOMBRE Y CLASE**
85101701	Política de Salud
93131700	Programas de salud
82101801	Servicios de campañas publicitarias

SECTOR AL CUAL PERTENECE

El sector servicios o sector terciario es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales. Generan servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de cualquier población en el mundo.

Incluye subsectores como comercio, comunicaciones, centro de llamadas, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), entre otros.

Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y sector secundario). Aunque se le considera un sector de la producción, propiamente su papel principal se encuentra en los dos pasos siguientes de la actividad económica: la distribución y el consumo. Recuperado en https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios

ASPECTOS GENERALES

La planificación de medios es la disciplina de la publicidad encargada de hacer llegar los mensajes publicitarios al mayor número de personas del público objetivo. Esto se hace por medio de la selección de los medios y soportes más adecuados para cada ocasión y buscando siempre el menor coste posible.

La planificación de medios es la puesta en marcha de diferentes estrategias y tácticas para difundir un mensaje publicitario a través de los medios de comunicación que se tenga disponibles con un presupuesto limitado. Estas estrategias conllevan un conocimiento absoluto del cliente, anunciante, los productos, precios, estrategias de marketing y ventas, así como de los competidores. Intentando anticipar a la competencia siempre a través de los medios.

Se entiende como Medios:

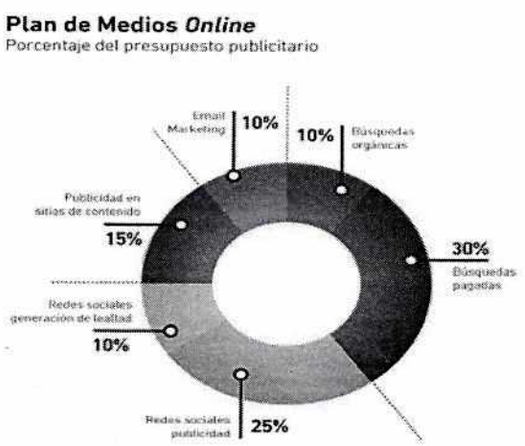
Convencionales: televisión, radio, cine, prensa, revistas, suplementos, exterior Digitales: en línea (y todo lo que conlleva), redes sociales, buscadores, blogs, mobile, etc... Especiales: acciones de street marketing, stands, buzoneo, azafatas, acciones ad-hoc, etc...

Un planificador de medios tiene que formar parte del anunciante.

Un planificador observa constantemente lo que hace la competencia de los clientes, busca nuevas posibilidades para transmitir los mensajes, a veces de tiene que inventar canales, se posiciona con los resultados. Cuanta más información se pueda conseguir de los clientes, más útil y eficiente será la tarea



Fuente: https://www.ceupe.com/blog/planificacion-de-medios.html



Fuente: https://co.pinterest.com/pin/102597697733510785/

1. Económico

Los subsectores Salud humana; Telecomunicaciones; y Actividades de empleo, seguridad e investigación privada y servicios a edificios, generaron los mayores niveles de producción bruta y de valor agregado, siendo el subsector de Actividades de empleo, seguridad e investigación privada y servicios a edificios, el de menor coeficiente técnico y por ende el que registra el valor agregado más alto. En contraste las Actividades de programación y transmisión de televisión presentaron el más alto coeficiente técnico insumo producto.

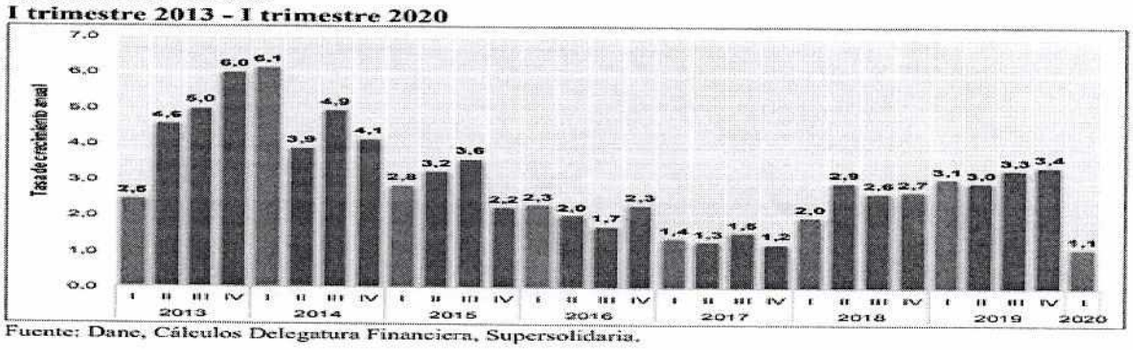
Número de empresas investigadas y variables principales, según subsector de servicios
Total nacional
2019

Subsector de servicios	Número de empresas	Ingresos operacionales	Producción bruta	Consumo intermedio[1]	Valor agregado	Coeficiente técnico %[2]
	Valores en billones de pesos					
Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	453	13,7	13,5	6,1	7,4	45,1
Correo y servicios de mensajería	91	2,6	2,6	1,6	1,0	62,0
Alojamiento	867	5,2	5,2	2,9	2,4	56,5
Restaurantes, catering y bares	482	9,4	9,3	5,8	3,4	62,2
Actividades de edición	118	1,5	1,4	0,7	0,7	50,8
Producción, distribución y exhibición de películas cinematográficas	43	1,8	1,7	1,0	0,7	57,4
Actividades de programación y transmisión de televisión	44	2,4	2,4	1,8	0,6	73,5
Telecomunicaciones	220	34,8	32,7	15,2	15,5	46,5
Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	404	14,4	13,5	5,9	7,6	43,6
Actividades inmobiliarias y de alquileres sin operario	523	5,7	5,8	2,5	3,1	46,0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	725	13,0	12,9	5,2	7,7	40,3
Publicidad	164	2,9	2,9	1,4	1,5	48,0
Agencias de Viaje	47	1,5	0,9	0,3	0,6	34,7
Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	1.022	34,6	24,5	2,3	22,2	9,4
Actividades administrativas y de apoyo a oficina y otras actividades, excepto call center	103	1,9	1,9	0,8	1,2	39,2
Actividades de centros de llamadas (Call center)	65	5,6	5,6	1,4	4,2	24,7
Educación superior privada	166	11,1	11,1	3,3	7,8	29,5
Salud humana	977	39,4	38,9	24,5	14,4	63,0
Juegos de azar, actividades deportivas, recreativas y esparcimiento	202	6,7	6,6	4,3	2,3	64,9
Otras actividades de servicios	182	2,2	2,1	1,2	0,9	57,4

Fuente: DANE, Encuesta Anual de Servicios - EAS
[1] Consumo intermedio se refiere al valor de los bienes (excepto los de capital) y servicios mercantiles consumidos por la unidad productora de servicios durante el periodo de la encuesta para el desarrollo de sus operaciones.
[2] El coeficiente técnico insumo producto de las empresas de servicios investigadas, es la relación porcentual entre el consumo intermedio y la producción bruta, mide la proporción de bienes y servicios utilizados en la producción de los servicios en estudio.

El DANE publicó el 15 de mayo del año en curso el resultado del PIB del trimestre de 2020. Este resultado es bastante agridulce, si se tiene en cuenta que fue altamente afectado por el COVID-19 en la segunda quincena del mes marzo. El crecimiento anual, es decir comparado con el mismo periodo de 2019 fue de 1,1%, siendo la cifra más baja en el periodo analizado.

Crecimiento del PIB
I trimestre 2013 - I trimestre 2020



Fuente: Dane, Cálculos Delegatura Financiera, Supersolidaria.

Como lo muestran los diferentes análisis de los expertos, este resultado se debe al impacto negativo de la parálisis de las actividades económicas en el mundo y en el país, a raíz del confinamiento desde mediados de marzo con el fin de mermar la expansión en el contagio del COVID-19. Esta situación llevó a un choque de la oferta (no hay producción por estar los trabajadores en casa) y otro de demanda, no hay demandantes en muchos sectores, pues se encuentran confinados. Y si hay demanda es para lo estrictamente necesario como los alimentos, artículos de aseo, salud, servicios públicos, entre otros. Así las cosas, las medidas pasaron la cuenta de cobro a la economía. Entre las actividades que participaron en el deterioro se destacan las actividades de construcción, minas y canteras y actividades artísticas, las cuales perdieron gran cantidad de personas ocupadas. Construcción cayó 9,2% (paralización de obras), minas y canteras -3,0% (caída de los precios y volúmenes del petróleo), y actividades artísticas -3,2% (espectáculos masivos, cines) entre enero y marzo de 2020. Así mismo, la industria retrocedió en 0,6%. Por su parte, las actividades que contribuyeron en la variación de forma positiva fueron agricultura con 6,8%, electricidad, gas y agua con 3,4%, y administración pública 3,4%.

Crecimiento anual del PIB por actividades económicas
I trimestre 2020

Actividad económica	Serie original Tasa de crecimiento anual (%)	
	2019Pr - I / 2018Pr - I	2020Pr - I / 2019Pr - I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	0,9	6,8
Explotación de minas y canteras	4,8	-3,0
Industrias manufactureras	2,8	-0,6
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	3,0	3,4
Construcción	-5,5	-9,2
Comercio al por mayor y al por menor, transporte, alojamiento y servicios de comida	3,3	0,9
Información y comunicaciones	3,4	1,4
Actividades financieras y de seguros	6,3	2,1
Actividades inmobiliarias	2,5	2,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas	3,3	2,7
Administración pública y defensa, educación y salud	4,3	3,4
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios	4,2	-3,2
Valor agregado	2,8	1,1
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	3,4	1,2
Producto Interno Bruto	**2,9**	**1,1**

Fuente: Dane

Según la Encuesta Anual de Servicios, para el año 2019 el subsector con mayor ocupación de personal fue el de Actividades de empleo, seguridad e investigación privada y servicios a edificios, con 918.467 personas, seguido de Salud humana con 245.703 personas, en la que se presentan las variables de personal ocupado para los sectores investigados en la encuesta.

Personal ocupado por categoría de contratación, según subsector de servicios
Total nacional
2019

Subsector de servicios	Total personal ocupado[1]	Categoría de contratación				Total personal remunerado[5]
		Personal permanente	Temporal directo	Temporal en misión[2] Docente hora cátedra[3]	Otro tipo de vinculación[4]	
Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	70.771	51.771	16.307	-	2.693	70.629
Correo y servicios de mensajería	25.404	10.278	10.555	-	571	25.367
Alojamiento	42.596	26.546	13.032	-	2.018	42.283
Restaurantes, catering y bares	99.227	58.168	37.319	-	3.740	99.379
Actividades de edición	9.425	7.965	1.582	-	478	9.368
Producción, distribución y exhibición de películas cinematográficas	7.817	5.011	2.506	-	300	7.768
Actividades de programación y transmisión de televisión	8.214	6.609	1.263	-	342	8.195
Telecomunicaciones	58.307	49.463	6.453	-	2.429	58.239
Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	80.262	62.907	14.372	-	2.834	80.120
Actividades inmobiliarias y de alquileres sin operario	19.850	14.817	4.260	-	773	19.727
Actividades profesionales, científicas y técnicas	195.149	63.223	36.114	-	3.812	194.780
Publicidad	35.413	10.199	23.374	-	1.836	35.372
Agencias de viaje	8.590	8.104	469	-	417	8.952
Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	918.467	148.943	308.372	457.235	3.957	917.916
Actividades administrativas y de apoyo a oficina y otras actividades excepto call center	26.076	12.309	12.891	-	876	26.053
Actividades de centros de llamadas (Call Center)	138.028	87.324	45.439	-	5.265	138.017
Educación superior privada	92.937	33.862	50.869	4.587	3.788	93.917
Salud humana	245.703	175.534	59.767	-	10.402	244.502
Juegos de azar, actividades deportivas, recreativas y esparcimiento	42.952	34.139	5.950	-	1.863	41.774
Otras actividades de servicios	19.204	13.092	5.366	-	746	19.131

Fuente: DANE, Encuesta Anual de Servicios - EAS.
[1] Incluye personal permanente, personal temporal directo, temporal en misión en otras empresas (sólo para empresas de suministro de personal), propietarios, socios y familiares y personal aprendiz y pasantes. No se incluye el personal contratado a través de empresas de suministro de personal, debido a que este es un personal que corresponde a las empresas clasificadas en la división 78, en la categoría de contratación temporal en misión en otras empresas.
[2] Personal en misión aplica para las actividades de empleo, seguridad e investigación privada y servicios a edificios, corresponde a la división 78 Actividades de empleo de la CIIU Rev.4 A. C.
[3] Aplica para las actividades de Educación superior privada, Grupo 854 de la CIIU Rev. 4 A. C. Incluye el personal docente y monitores que contratan las universidades mediante la modalidad hora cátedra. El número se obtiene mediante la conversión de las horas cátedra trabajadas por los docentes y monitores que laboran mediante esta modalidad.
[4] Incluye propietarios, socios y familiares, y personal aprendiz o por convenio
[5] Corresponde al personal ocupado menos los propietarios, socios y familiares

En el año 2019 los mayores niveles del gasto total de personal se registraron en las Actividades de empleo, seguridad e investigación privada y servicios a edificios; Salud humana; Educación superior privada; Actividades profesionales, científicas y técnicas; Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos; Telecomunicaciones y Actividades de centros de llamadas (Centro de atención telefónica). En contraste, las actividades de Producción de películas cinematográficas, y actividades de Agencias de viaje, mostraron los menores niveles de gastos de personal.

Remuneración del personal ocupado, salarios, prestaciones y otros gastos del personal, según subsector de servicios (valores en billones de pesos)
Total nacional
2019

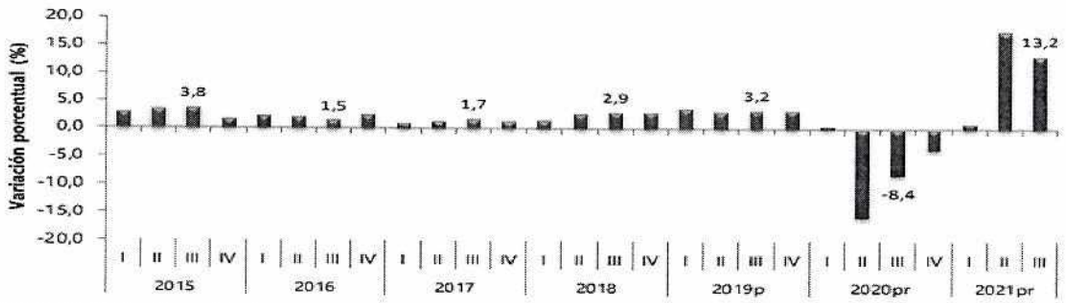
Subsector de servicios	Salarios	Prestaciones	Remuneraciones	Otros gastos de personal[1]	Total gastos de personal
Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	1,6	0,8	2,5	0,2	2,7
Correo y servicios de mensajería	0,4	0,2	0,5	0,0	0,6
Alojamiento	0,8	0,4	1,1	0,1	1,2
Restaurantes, catering y bares	1,6	0,7	2,2	0,2	2,4
Actividades de edición	0,3	0,2	0,4	0,0	0,5
Producción, distribución y exhibición de películas cinematográficas	0,2	0,1	0,3	0,0	0,3
Actividades de programación y transmisión de televisión	0,4	0,2	0,6	0,0	0,6
Telecomunicaciones	2,1	1,3	3,3	0,4	3,7
Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	3,4	1,7	5,1	0,3	5,4
Actividades inmobiliarias y de alquileres sin operario	0,5	0,3	0,9	0,1	0,9
Actividades profesionales, científicas y técnicas	3,5	1,8	5,3	0,3	5,6
Publicidad	0,8	0,4	1,1	0,1	1,2
Agencias de viaje	0,2	0,1	0,3	0,0	0,3
Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	14,5	6,0	20,6	0,7	21,2
Actividades administrativas y de apoyo a oficina y otras actividades excepto call center	0,5	0,2	0,7	0,1	0,8
Actividades de centros de llamadas (Call Center)	2,3	1,0	3,3	0,2	3,4
Educación superior privada	3,5	2,1	5,7	0,1	5,7
Salud humana	6,5	3,5	9,8	0,4	10,2
Juegos de azar, actividades deportivas, recreativas y esparcimiento	0,8	0,4	1,2	0,1	1,3
Otras actividades de servicios	0,4	0,2	0,5	0,1	0,6

Fuente: DANE, Encuesta Anual de Servicios - EAS.
[1] Incluye auxilio de transporte, primas, bonificaciones o gratificaciones ocasionales en dinero, indemnizaciones por retiro voluntario, elementos de seguridad y dotaciones para el personal, aportes al sindicato y capacitación del personal, entre otros.

Producto Interno Bruto (PIB)

III trimestre 2021 preliminar

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



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

En el tercer trimestre de 2021pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 13,2% respecto al mismo periodo de 2020pr. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

• Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 33,8% (contribuye 5,7 puntos porcentuales a la variación anual).

• Industrias manufactureras crece 18,8% (contribuye 2,4 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 8,0% (contribuye 1,4 puntos porcentuales a la variación anual). En lo corrido del año 2021pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 10,3%. Esta variación se explica principalmente por:

• Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 21,8% (contribuye 3,8 puntos porcentuales a la variación anual).

• Industrias manufactureras crece 18,4% (contribuye 2,2 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 7,0% (contribuye 1,2 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada de efecto estacional y calendario crece 5,7%. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

• Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 15,6%.
• Industrias manufactureras crece 13,2%. • Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 5,3%.

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

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021[pr]- III / 2020[pr]-III	2021[pr] / 2020[pr]	2021[pr] - III / 2021[pr] - II
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,3	2,3	-1,1
Explotación de minas y canteras	4,1	-2,2	-0,2
Industrias manufactureras	18,8	18,4	13,2
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	7,4	5,0	3,7
Construcción	0,8	2,7	-1,6
Comercio al por mayor y al por menor[3]	33,8	21,8	15,6
Información y comunicaciones	13,2	8,7	3,6
Actividades financieras y de seguros	2,1	3,4	0,8
Actividades inmobiliarias	2,0	2,0	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	12,4	9,4	5,3
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	8,0	7,0	1,9
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	32,0	34,6	-3,7
Valor agregado bruto	**12,8**	**10,0**	**6,0**
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	17,0	13,5	3,0
Producto Interno Bruto	**13,2**	**10,3**	**5,7**

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Exportaciones

En el tercer trimestre de 2021pr, las exportaciones crecen 24,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Para la serie ajustada de efecto estacional y calendario, las exportaciones crecen en 11,3%, respecto al trimestre inmediatamente anterior:

Tabla 17. Exportaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2021[pr]

Componente del gasto	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021[pr]- III / 2020[pr]-III	2021[pr] / 2020[pr]	2021[pr] - III / 2021[pr] - II
Exportaciones	**24,0**	**8,8**	**11,3**

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

Importaciones

En el tercer trimestre de 2021pr, las importaciones crecen 40,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Para la serie ajustada de efecto estacional y calendario, las importaciones crecen en 5,4%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

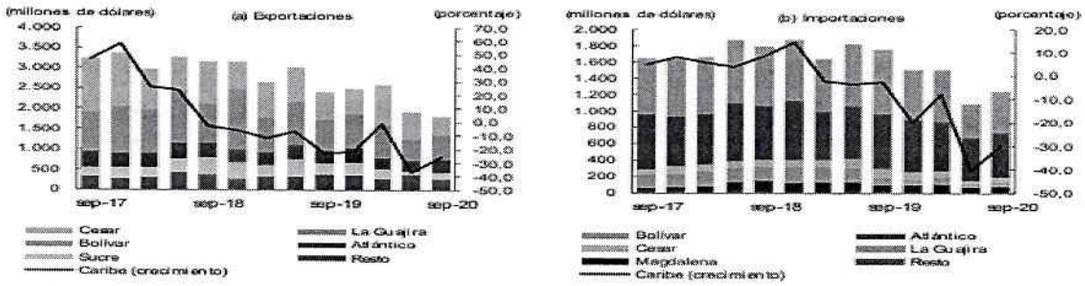
Tabla 18. Importaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Tercer trimestre 2021[Pr]

Componente del gasto	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021[Pr]- III / 2020[Pr]-III	2021[Pr] / 2020[Pr]	2021[Pr] - III / 2021[Pr] - II
Importaciones	**40,1**	**26,1**	**5,4**

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

Las principales actividades económicas de la región Caribe colombiana continuaron afectadas por el Covid-19. Pese a las menores medidas de restricción a la circulación, los indicadores aún no se acercan a los resultados obtenidos para igual periodo del año anterior. La producción industrial presentó una disminución en los tres departamentos analizados, siendo esta más pronunciada en Bolívar, principalmente por la menor producción de combustibles para el mercado interno y externo. De igual manera, la construcción registró contracción en el área en proceso de construcción y en la venta de vivienda nueva, no obstante, los incentivos otorgados por el Gobierno Nacional con el otorgamiento de subsidios para la compra de vivienda nueva; pese a este comportamiento el área licenciada para construcción aumentó.

Región Caribe. Comercio exterior
(nivel y crecimiento anual)

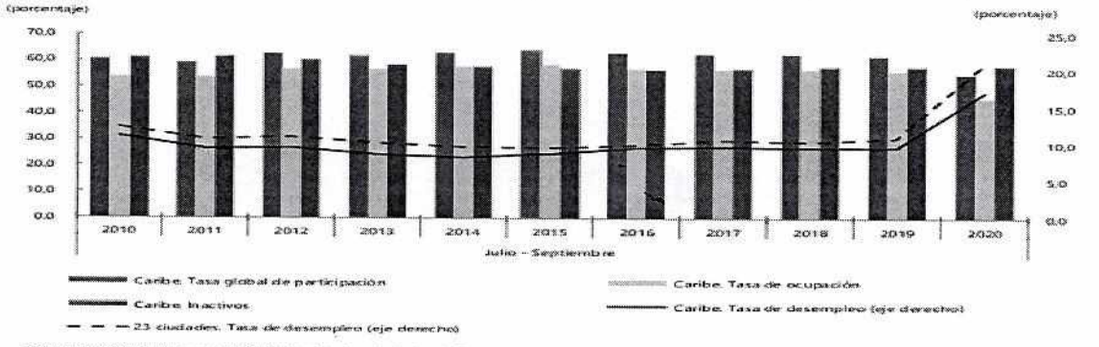


Nota: Resto incluye los departamentos de Magdalena, Córdoba y San Andrés (exportaciones); y Córdoba, Sucre y San Andrés (importaciones)
Fuente: DANE - DIAN, cálculos del Banco de la República

Mercado laboral

En esta sección se analizan los indicadores del mercado laboral relacionados con la demanda de empleo, como la tasa de desempleo (TD) y la tasa de ocupación (TO). Además, la calidad del empleo a través del porcentaje de ocupados que están en la informalidad. A su vez, la oferta laboral medida a través de la tasa global de participación (TGP), que refleja la presión sobre el mercado laboral11. En el tercer trimestre del 2020 el mercado laboral evidenció una TD superior a la registrada en igual trimestre del año anterior, y una disminución tanto en la TO, como en la a TGP. Los indicadores de mercado laboral de la región se ubicaron por debajo de las 23 ciudades y sus áreas metropolitanas (AM)12.

Región Caribe y 23 ciudades. Tasa global de participación, de ocupación, de desempleo, e inactivos, 2010 - 2020



Nota: el agregado de la región Caribe incluye las ciudades de Barranquilla, Montería, Cartagena, Valledupar, Riohacha, Santa Marta y Sincelejo.
Fuente: DANE - Encuesta Continua de Hogares, Gran Encuesta Integrada de Hogares; cálculos Banco de la República.

2. Técnico

Los estipulados en los estudios previos.

3. Regulatorio

- Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria: Expedido por la CONARP (Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria), el Código es una regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio. Conscientes de su existencia y efectividad, sus lineamientos constituyen una guía útil para quien hace publicidad y para quien recibe la información que a través de ésta se le suministra.
- Resolución 5111 DE 2017. Por la cual se establece el régimen integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones.
- DECRETO 1078 DE 2015 por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Ley 1341 de 2009. Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.
- Ley 527 de 1999. Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 1900 De 1990. Por el cual se reforman las normas y estatutos que regulan las actividades y servicios de telecomunicaciones y afines.
- Ley 72 de 1989. Por la cual se definen nuevos conceptos y principios sobre la organización de las telecomunicaciones en Colombia y sobre el régimen de concesión de los servicios y se confieren unas facultades extraordinarias al presidente de la República.
- Ley 1474 de 2011. Artículo 10. Presupuesto de publicidad. Reglamentado por el Decreto Nacional 4326 de 2011. Los recursos que destinen las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, en la divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar que implique utilización de dineros del Estado, deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos. En esta publicidad oficial se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión, tamaño y medios de comunicación, de manera tal que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos.
- Ley 1507 de 2012, "Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones"

B. ESTUDIO DE LA OFERTA

1. Identificación de Proveedores.

Las agencias o centrales de medios. "Son empresas que gestionan para sus clientes la planificación y la compra de espacios publicitarios en los distintos medios de comunicación... Hoy en día es común ver centrales independientes que sólo se dedican a la compra de medios. Entre las funciones de una agencia de medios está el asegurarse de que el mensaje publicitario llegue a la audiencia adecuada, en el lugar y momento apropiados, y al menor coste posible para el anunciante. La compra de grandes volúmenes permite a las agencias tener un mejor poder de negociación para conseguir mejores costes.

Descripción de los servicios principales contratados de acuerdo al medio de comunicación:
¬ Televisión: Se compran segundos.
¬ Prensa: Se compran columnas por centímetros.
¬ Revistas: Se compran páginas o porciones de las mismas.
¬ Radio: Aquí se pueden comprar espacios (cuñas), contratar "chivos" y patrocinar programas.
¬ Exterior: Se compran circuitos, es decir, conjuntos de soportes (kioscos, marquesinas, carteleras, lonas, vallas, mupis etc.) distribuidos por las ciudades.
¬ Internet: Existen varias modalidades de compra, las más extendidas son:
- Se compran impresiones (CPM), cada vez que algún internauta descarga y ve el anuncio.
- Se compran clics (CPC), cada vez que algún internauta hace clic con el ratón sobre el anuncio.
- Se compra a porcentaje (CPA), en este caso se busca la venta de un producto y el anunciante paga a la agencia una cantidad por cada venta del producto que se consiga de un internauta que llegó a través de la publicidad online.

De acuerdo con las condiciones del mercado, las centrales de medios derivan sus ingresos no solo de la comisión que reciben por la prestación del servicio, sino de los descuentos que reciben de los medios de comunicación con los cuales pautan, de otras operaciones financieras, incluso reciben pauta bonificada, reciben descuentos adicionales por montos de inversión relacionados con sus demás clientes y, en general, sus otras negociaciones, que son aspectos del estricto manejo comercial entre la Central de Medios y los Medios de Comunicación y a los cuales no tiene acceso los anunciantes.

Empresas que proveen medios de comunicación.

Existen diferentes asociaciones y/o gremios que reúnen empresas del sector, entre ellas se encuentran Asomedios, la IAB Colombia (Asociación Internacional sin fines de lucro de Publicidad en Internet) y la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia – ANDA. Sin embargo, en el país funciona una asociación gremial del sector publicitario que vincula alrededor de 24 empresas de servicios publicitarios como agencias creativas, de Medios, BTL, Digitales, que participan en la estrategia de los clientes.

RAZÓN SOCIAL	NIT	UBICACIÓN
UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA.	900.206.027	Bogotá
SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	890.801.783	Bogotá
GREY COLOMBIA SAS	860.008.355	Bogotá
WAVEMAKER COLOMBIA SAS	830.060.529	Cali
SISTOLE SAS	830.147.271	Bogotá
HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S	830.035.904	Bogotá
GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA S.A.S.	830.101.217	Bogotá
OMD COLOMBIA SAS	830.058.056	Bogotá
MEDIACOM SAS	830.045.427	Bogotá
MULLEN LOWE SSP3 S.A	860.524.513	Bogotá
MINDSHARE COLOMBIA SAS	830.058.081	Bogotá

Dentro del análisis de la oferta, se pudo identificar que de acuerdo con la descripción de actividades económicas CIIU, el código 7310 corresponde a "Publicidad" y el código 7320 a "Estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública". Con estas dos actividades se pudo consultar en la Superintendencia de Sociedades aquellas empresas que están vinculadas con esta clasificación.

RAZÓN SOCIAL	NIT	UBICACIÓN
MCCANN-ERICKSON CORPORATION S.A.	860.006.628	Bogotá
EFECTIMEDIOS S A	860.015.547	Bogotá
MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	900.057.522	Bogotá
MILLWARD BROWN COLOMBIA S.A.S.	830.108.866	Bogotá
IPSOS NAPOLEON FRANCO & CIA S A S	890.319.494	Bogotá
FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA	830.140.775	Bogotá
INVESTIGACIÓN ASESORÍA MERCADEO S.A.S.	890.909.099	Medellín
PUBLIMETRO COLOMBIA SAS	900.438.134	Bogotá
PHD COLOMBIA S A S	900.284.732	Bogotá
MERCADEO RELACIONAL S.A.S	830.077.417	Bogotá
RMG CONNECT COLOMBIA S.A.S.	830.005.943	Bogotá
IMAGEN Y RELACIONES PUBLICAS S.A.S.	811.043.389	Bogotá
C&C ACTION MARKETING S.A.S.	830.061.561	Bogotá

Por otra parte, también se consultaron los proveedores que participaron en algunos procesos anteriores del Departamento de Córdoba y de otras entidades, entre los que se pudo identificar a:

STAMPA COMUNICACIONES
TRES TERCIOS
LINK COMUNICACIONES
CARACOL S.A.
REVISTA EL CONGRESO SIGLO XXI LIMITADA
FUNDACION PROFESIONALES Y EMPRENDEDORES SOCIALES

2. Análisis de Costos y Precios.

Para el cálculo del valor del objeto del presente proyecto, se tuvo en cuenta los precios del mercado para obtener el valor de la siguiente manera: a) Se tomó como referencia para los valores del presente estudio, la resolución No. 0041 del 12 de febrero de 2021, por medio de la cual se establece la tabla de valores comerciales de referencia para los presupuestos de los contratos y convenios que suscriba el municipio de Montería durante la vigencia de 2021. b) Para aquellos ítems no contemplados dentro de dicha resolución, se envió solicitud de cotización a tres (3) empresas, y se tomó el valor menor valor.

C. ESTUDIO DE LA DEMANDA

1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?

De conformidad a lo establecido en el manual para el Análisis del sector, se realiza el correspondiente análisis del comportamiento de los procesos de contrataciones anteriores en la Alcaldía de Montería, así:

Información

MUNICIPIO DE MONTERIA

Precio estimado total:	53.697.695 COP
Número del proceso	CMC-SSM-060-2020
Titulo:	APOYAR A LA SECRETARÍA DE SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL EN EL DESARROLLO DE ACCIONES Y ESTRATEGIAS PARA LA PREVENCIÓN DE QUEMADURAS POR EL USO DE PÓLVORA EN EL MUNICIPIO DE MONTERIA
Fase:	Presentación de oferta
Estado:	Proceso adjudicado y celebrado
Descripción:	APOYAR A LA SECRETARÍA DE SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL EN EL DESARROLLO DE ACCIONES Y ESTRATEGIAS PARA LA PREVENCIÓN DE QUEMADURAS POR EL USO DE PÓLVORA EN EL MUNICIPIO DE MONTERIA
Tipo de proceso	Mínima cuantía

Datos del contrato

Tipo de contrato	Prestación de servicios
Justificación de la modalidad de contratación	Presupuesto inferior al 10% de la menor cuantía
Duración del contrato:	15 (Días)
Dirección de ejecución del contrato	CENTRO VERDE Montería Córdoba COLOMBIA
Código UNSPSC	80111600 - Servicios de personal temporal
Lista adicional de códigos UNSPSC	42311504 - Vendajes o compresas para el cuidado de quemaduras
Lotes?	○ Sí ◉ No

Adquisiciones planeadas

Código UNSPSC	Descripción	Tipo	Fuente de los recursos	Valor total estimado	Unidad de contratación
80111600 42311504	715-APOYAR A LA SECRETARÍA DE SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL EN EL DESARROLLO DE ACCIONES Y ESTRATEGIAS PARA LA PREVENCIÓN DE QUEMADURAS POR EL USO DE PÓLVORA EN EL MUNICIPIO DE MONTERIA	Mínima cuantía	SGP	80.000.000,00 COP	UC - SECRETARIA DE SALUD

Identificación

Dar publicidad al proceso Sí

Cronograma

Zona horaria:	(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
Plazo de validez de las ofertas:	90 (Días)
Publicación de la invitación	7/12/2020 2:00:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
Publicación de estudios previos	7/12/2020 2:00:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
Presentación de Ofertas	10/12/2020 12:00:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
Apertura de sobres	10/12/2020 12:10:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
Informe de presentación de ofertas	10/12/2020 12:15:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
Publicación del informe de evaluación de las Ofertas	10/12/2020 7:00:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito

Configuración financiera

Definir Plan de Pagos?	No			
¿Solicitud de garantías?	Sí			
Seriedad de la oferta	Sí			
	○ % del presupuesto oficial estimado del Proceso de Contratación o de la oferta	10		
Cumplimiento	Sí			
	☑ Cumplimiento del contrato			
	◉ % del valor del contrato	10,00	Fecha de vigencia (desde)	14/12/2020 12:00:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
	○ Valor de la garantía		Fecha de vigencia (hasta)	30/06/2021 11:59:00 AM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
	☑ Calidad del servicio			
	◉ % del valor del contrato	10,00	Fecha de vigencia (desde)	14/12/2020 12:00:00 PM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
	○ Valor de la garantía		Fecha de vigencia (hasta)	30/06/2021 11:59:00 AM (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito
Responsabilidad civil extra contractual	No			

Adjudicatario	Valor Adjudicado	Documentos	
FUNDACION MANANTIAL DE VIDA	53.697.695 COP	Descargar	Ver contrato

Visita al lugar de ejecución

¿Permitir visitas al lugar de ejecución? No

Información presupuestal

Proyecto del Plan Marco para la Implementación del Acuerdo de Paz o asociado al Acuerdo de Paz	○ Sí ◉ No	
Destinación del gasto	Inversión	
		Valor
Fuente de los recursos:	Presupuesto General de la Nación - PGN	0
	Sistema General de Participaciones - SGP. No Incluye AESGPRI	53.697.695
	Sistema General de Regalías - SGR	0
	Recursos Propios (Alcaldías y Gobernaciones)	0
	Recursos de Crédito	0
	Otros Recursos (Especie, Privados, Cooperación, Propios Entidades Autónomas, Asignación Especial SGP para Resguardos Indígenas - AESGPRI)	0
	Valor total	53.697.695

2. ¿Cómo adquieren las Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

Al revisar los archivos históricos del SECOP en https://www.contratos.gov.co/consultas/resultadoListadoProcesos.jsp#, se observan contrataciones con similitud o igualdad en el objeto del presente estudio del sector.

Información

MUNICIPIO DE PEREIRA.. OFICIAL	
Precio estimado total:	40.000.000 COP
Número del proceso	SMS-MC-240-2021
Título:	Realizar acciones de sensibilización sobre los riesgos y las consecuencias del uso de la pólvora, en el marco del proyecto fortalecimiento de la gestión integral de la salud pública en el municipio de
Fase:	Presentación de oferta
Estado:	Proceso adjudicado y celebrado
Descripción:	Realizar acciones de sensibilización sobre los riesgos y las consecuencias del uso de la pólvora, en el marco del proyecto fortalecimiento de la gestión integral de la salud pública en el municipio de Pereira
Tipo de proceso	Mínima cuantía

Datos del contrato

Tipo de contrato	Prestación de servicios
Justificación de la modalidad de contratación	Presupuesto inferior al 10% de la menor cuantía
Duración del contrato:	45 (Días)
Fecha de terminación del contrato:	6 días de tiempo transcurrido *(29/11/2021 12:00:00 PM(UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Dirección de ejecución del contrato	Cra 7 # 18-55 Pereira Risaralda COLOMBIA
Código UNSPSC	86141501 - Servicios de asesorías educativas
Lista adicional de códigos UNSPSC	
Lotes?	Sí / No

Código UNSPSC	Descripción	Tipo	Fuente de los recursos	Valor total estimado	Unidad de contratación
86141501	Servicios de asesorías educativas	Mínima cuantía	Recursos propios	100 000 000,00 COP	SECRETARIA DE SALUD

Identificación

Dar publicidad al proceso	Sí

Documentos Tipo

Documentos Tipo	No	Documentos tipo adoptados por la ANCP-CCE en virtud de la Ley 2022 del 2018

Cronograma

Zona horaria:	(UTC-05.00) Bogotá, Lima, Quito
Plazo de validez de las ofertas:	30 (Días)
Publicación de la invitación	20/10/2021 8:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Publicación de estudios previos	20/10/2021 8:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Presentación de Ofertas	21/10/2021 8:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Apertura de sobres	21/10/2021 8:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Informe de presentación de ofertas	21/10/2021 10:00:00 AM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Publicación del informe de evaluación de las Ofertas	25/10/2021 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Presentación de observaciones al informe de verificación o evaluación	26/10/2021 6:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*

Configuración financiera

Definir Plan de Pagos?	No		
¿Solicitud de garantías?	Sí		
Garantías por lotes, grupos o etapas?	No		
Seriedad de la oferta	No		
Cumplimiento	Sí		
	Cumplimiento del contrato		
	% del valor del contrato	20,00 Fecha de vigencia (desde):	29/10/2021 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
	Valor de la garantía	Fecha de vigencia (hasta):	22/06/2022 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
	Pago de salarios		
	% del valor del contrato	10,00 Fecha de vigencia (desde):	29/10/2021 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
	Valor de la garantía	Fecha de vigencia (hasta):	15/12/2024 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
	Calidad del servicio		
	% del valor del contrato	20,00 Fecha de vigencia (desde):	29/10/2021 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
	Valor de la garantía	Fecha de vigencia (hasta):	22/06/2022 12:00:00 PM *((UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)*
Responsabilidad civil extra contractual	Sí		
	No. de SMMLV	200	

Adjudicatario	Valor Adjudicado	Documentos	
ASOCIACION PROYECTANDO EL FUTURO UDS	33.010.719 COP	Descargar	Ver contrato

Visita al lugar de ejecución

¿Permitir visitas al lugar de ejecución?	No

Información presupuestal

Proyecto del Plan Marco para la implementación del Acuerdo de Paz o asociado al Acuerdo de Paz	Sí / No	
Destinación del gasto	Inversión	
		Valor
Fuente de los recursos:	Presupuesto General de la Nación - PGN	0
	Sistema General de Participaciones - SGP. No Incluye AESGPRI	0
	Sistema General de Regalías - SGR	0
	Recursos Propios (Alcaldías y Gobernaciones)	40.000.000
	Recursos de Crédito	0
	Otros Recursos (Especie, Privados, Cooperación, Propios Entidades Autónomas, Asignación Especial SGP para Resguardos Indígenas - AESGPRI)	0
	Valor total	40.000.000

D. VALOR ESTIMADO

El valor estimado de esta contratación es hasta la suma de **CINCUENTA Y NUEVE MILLONES OCHOCIENTOS TREINTA MIL SETECIENTOS DIEZ PESOS M/CTE. ($59.830.710),** Incluye costos directos, indirectos e IVA.

Para el cálculo del valor del objeto del presente proyecto, se tuvo en cuenta los precios del mercado para obtener el valor de la siguiente manera: a) Se tomó como referencia para los valores del presente estudio, la resolución No. 0041 del 12 de febrero de 2021, por medio de la cual se establece la tabla de valores comerciales de referencia para los presupuestos de los contratos y convenios que suscriba el municipio de Montería durante la vigencia de 2021. b) Para aquellos ítems no contemplados dentro de dicha resolución, se envió solicitud de cotización a tres (3) empresas, y se tomó el valor menor valor, obteniendo como resultado el siguiente presupuesto:

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ACTIVIDAD
ACTIVIDAD N° 1						
1	Un (1) profesional en el área de la salud, con especialización en el área de la salud, con experiencia profesional mínima de cinco años, para ejercer la coordinación, seguimiento, elaboración y entrega de informes, brindar apoyo técnico en la elaboración del contenido comunicacional de la campaña, y participar activamente durante el desarrollo de las actividades.	1	Profesional especializado por 10 días	$ 258,533	$ 2,585,330	**$ 4,088,010**
	Personal de apoyo logístico.	2	2 x 10 días	$ 72,954	$ 1,459,080	
	Tapabocas desechables con resorte a la oreja, doble filtro, adaptador nasal ajustable, en algodón.	30	1 profesionales y 2 apoyos logísticos x 10 días, 1 tapaboca por día = 30	$ 320	$ 9,600	
	Frasco de ALCOHOL GLICERINADO por 1000 cc	2	1 para cada apoyo x 10 días.	$ 17,000	$ 34,000	
ACTIVIDAD N° 2						
2	Elaboración e instalación de valla publicitaria de las siguientes características: Aviso estilo colombina con iluminación LED interna Impresión digital protección UV sobre lona translúcida Visualización a más de 80 metros de distancia Reloj digital iluminación cluster leds de alto brillo color amarillo o rojo, doble cara, con hora, fecha y temperatura Medida del aviso luminosos 2.40 x 1.30 mts Incluye elaboración e impresión de lona	3	Vallas	$ 1,570,000	$ 4,710,000	**$ 55,742,700**
	Realización y transmisión de programa radial de una hora de duración, en horario Triple A en frecuencia FM, en una emisora de amplia cobertura del municipio de Montería.	3	Programa radial	$ 3,000,000	$ 9,000,000	
	Elaboración del contenido de pauta radial, que incluye construcción del texto, asesoría, grabación con un locutor, montaje, musicalización y edición de la pauta.	4	Pautas	$ 500,000	$ 2,000,000	
	Transmisión de pauta radial diaria, de 30 segundos de duración en emisora de frecuencia FM de amplia cobertura en el Municipio de Montería.	160	4 pautas x dos transmisiones diarias= 8 transmisiones diarias Por dos emisoras= 16 transmisiones Por 10 días Total: 160 Transmisiones	$ 50,000	$ 8,000,000	
	Realizar servicio de streaming el cual consiste en la Transmisión del evento en vivo a través de plataforma virtual el cual deberá incluir: 2 cámaras de video full HD, una (1) controladora de Video Roland 8, tres (3) pantallas- monitores de 17 pulgadas, Mixer de audio análogo de 8 entradas, cables HDMI, operador coordinador de la transmisión y 2 camarógrafos.	4	Transmisiones	$ 1,850,000	$ 7,400,000	

	Producción y realización de video de 60 segundos, en grabación y edición de 1920 x 1080 en formato full HD con base de tiempo de 20,97 fotograma/segundos, pixeles cuadrados (1.0) y velocidad de muestreo de 4800. Sobre temas relacionados con la Prevención de quemaduras asociadas al uso de Pólvora, el cual será entregado a la Secretaria de Salud para difusión permanente en las redes sociales de la Alcaldia.	3	Videos	$ 1,450,000	$ 4,350,000	
	Reproducción aleatoria en televisión local de video de 60 segundos de duración. Realizar dos (2) reproducciones diarias del video educativo, durante la vigencia del presente contrato, en un (1) canal de televisión local con amplia cobertura en el Municipio de Montería.	60	3 videos x 2 reproducciones diarias x 10 días Total=60	$ 120,000	$ 7,200,000	
	Diseño de infografía en medio magnético en Resolución 2.000x2.000 megapixeles (Facebook e Intagram) 3.157x2.000 megapixeles (Historias redes sociales) 1.204x512 megapixeles (twitter) Para divulgación, durante la vigencia del contrato, sobre Prevención de quemaduras asociadas al uso de Pólvora, para su publicación en las redes sociales oficiales de la alcaldía municipal. Para tal efecto, deberá: Previo inicio de las actividades deberán articular con los enlaces de Prensa de la Administración y de la Secretaria de Salud y Seguridad Social y con las referentes de Salud Pública y emergencias y desastres, para establecer parámetros de diseño institucional, el procedimiento a seguir para la publicación semanal mencionada v contenido.	5	Infografías	$ 150,000	$ 750,000	
	SERVICIO DE CARRO VALLA de dimensiones de lona de 220 X 180 por 8 horas diarias. Para hacer difusión masiva sobre el desarrollo de acciones y estrategias para la prevención de acción de quemaduras por el uso de pólvora, en el municipio de Montería. Uno para zona urbana y otro para zona rural.	2	Por 10 días	$ 465,560	$ 9,311,200	
	Impresión de lonas de 2.20 X 1.80 Mts. Para la publicidad en el carro valla.	2	Impresión	$ 208,250	$ 416,500	
	Diseñar y reproducir volante en tamaño 21x15 cm, full color, papel propalcote de 150 mgrs, que incluyan los logos de la Secretaría de Salud de Montería y de la empresa contratista.	5000	Volantes Educativos	$ 521	$ 2,605,000	
	TOTAL, INCLUIDO IVA			**$ 59,830,710**		

YAMINA ESTELA RESTREPO DE MENDOZA
Secretaria de Salud y Seguridad Social
MUNICIPIO DE MONTERÍA

Proyectó: José Otero – Contratista SSM
Elaboro y proyectó Análisis del sector: Ángel David Pérez Barrios – Economista, Esp. Gerencia Financiera.