ESTUDIOS DE ANÁLISIS DEL SECTOR PUBLICIDAD Y MEDIOS

15 DE FEBRERO DE 2022

Análisis de mercado	**Aspectos generales del mercado**	**Importancia del sector en el contexto local y nacional**	Colombia cuenta con una industria de publicidad tremendamente creativa y pujante. Las empresas del país están innovando y están apostándole a la búsqueda de nuevos mercados nacionales e internacionales. En el país hay talento y hay un consumidor vivo, que vibra con la publicidad. El talento de la publicidad colombiana ha sido mundialmente reconocido en varias oportunidades. Hoy la publicidad en Colombia se ha dormido un poco. Seguramente, esto ha sido el reflejo de toda la situación del país. Creo que una de las labores primordiales que deben emprender las agencias del país es recuperar esa riqueza que había en el pasado. Actualmente Colombia la publicidad está evocando el orgullo nacional. La publicidad constituye una actividad imprescindible para la coherencia económica del país y también para la reproducción de las relaciones sociales de producción, sirve como soporte financiero a los principales medios del sector comunicativo: prensa, radio y televisión. En esencia, la publicidad cumple una cuádruple función económica: a) asegurar la fluidez del proceso de circulación de bienes y servicios y contribuir a la jerarquización de los actores económicos dentro del mercado; b) permitir el desarrollo de otras industrias comunicativas contribuyendo a su financiación; c) actuar como industria cultural propia, si bien con la ayuda técnica y artística de las demás, y d) facilitar la organización del consumo doméstico. Por tanto, la industria publicitaria canaliza, cada vez más, unas inversiones realmente espectaculares, siendo un mecanismo esencial para el proceso de internacionalización de las formas de consumo.
		DATOS HISTÓRICOS DE DESEMPEÑO DEL SECTOR	La televisión en Colombia nace como un proyecto de Estado, que en ese entonces era militar, comandado por el general Gustavo Rojas Pinilla, quien había subido al poder en 13 de junio de 1953 y él mismo abanderó el sueño de traer la Televisión a Colombia. El interés de Rojas Pinilla por la televisión nace años atrás en 1936, cuando siendo entonces Teniente, viaja a Alemania en una misión encomendada por el gobierno de Alfonso López Pumarejo, para comprar municiones para enfrentar la guerra contra Perú. Estando en Berlín conoció el novedoso invento, que por entonces estaba siendo desarrollado en distintas partes del mundo. La idea quedó fija en la mente del militar, quería hacer posible el proyecto de traer la Televisión al país. Para 1956, se arrendaban los espacios en televisión y Alberto Peñaranda junto con su esposa crean la primera programadora privada Punch, al poco tiempo nace RTI creada por Fernando Gómez Agudelo, el mismo que había gestionado todo el proyecto de la televisión unos años atrás. Aparecieron también las empresas de

			publicidad como Atlas y MacCann, y algunas empresas privadas que alquilaban los espacios y con su patrocinio televisaban obras teatrales y musicales. En la década de los sesenta, nace INRAVISION (Instituto Nacional de Radio y Televisión), tras una fuerte crisis económica de los fondos de la televisión estatal, que desemboca en el sistema mixto del manejo de la televisión en el país. Con esto, el sector privado manejaba la programación y la explotación de los espacios en televisión, pero era el Estado el que seguía siendo el dueño del medio. A partir de 1985 comienzan a aparecer los canales regionales como Teleantioquia, Televalle, después conocido como Telepacífico y demás. Aparece el sistema de parabólica y la televisión por suscripción, que puso al acceso de todo de los colombianos la televisión realizada alrededor del mundo. La primera empresa de suscripción fue TV Cable que llegó a Colombia en 1987. Entrando a la década de los noventas, tras la Constitución nacional de 1991, y la promulgación de la libertad para crear medios de comunicación y la necesidad de un ente autónomo para vigilar la televisión, en 1995 bajo el gobierno del presidente Ernesto Samper Pizano se crea la Comisión Nacional de Televisión (CNTV). Con este nuevo ente rector y con la libertad de crear nuevo medio de comunicación, el 1997 la CNTV adjudica la licitación de los dos canales privados Caracol y RCN televisión, que entran en funcionamiento en 1998. En los años siguientes aparecen varios canales locales y unos otros regionales, como es el caso de CityTV, Canal Capital, entre otros. La ampliación de la oferta en programación y nuevos formatos de televisión, hizo entrar en crisis a los tradicionales canales públicos 9 y 7 que para entonces eran canal Uno y A, y con ello desaparecen las más reconocidas programadoras como Tevecine , Punch, JES y Cenpro. La CNTV preocupada por la eminente desaparición de los canales público, formula distintas estrategias de salvamento de estos dos canales, por medio de concesiones en los espacios a las programadoras sobrevivientes, y finalmente en 2003 el Canal A desaparece como canal comercial para darle paso a Señal Colombia institucional.
		PARTICIPACIÓN DEL SECTOR EN EL PIB NACIONAL Y EN EL PIB INDUSTRIAL	El DANE informó que el PIB registró un crecimiento de 13.2% en el tercer trimestre del año 2021, luego de observar alzas de 1% en el primero y de 17,6% en el segundo. Las actividades de Información y Comunicaciones en Colombia durante el segundo trimestre del 2021 presentaron un aumento del 10% en su Producto Interno Bruto (PIB) en comparación con el mismo periodo del año anterior.

		EMPLEO QUE GENERA	Durante el Consejo Nacional de Economía Naranja, el presidente destacó que, a corte del mes de septiembre de 2021, ya se han recuperado el 100% de los empleos en los sectores de la economía naranja que se habían perdido por cuenta de la pandemia por Covid 19. Se trata de más de 60.000 empleos, alcanzando un total 522.117 personas ocupadas en la Economía Naranja en el territorio nacional. Adicionalmente, entre 2020 y 2021, 37 proyectos han sido beneficiados con los Certificados de Inversión Audiovisual -CINA, generando compromisos de inversión por más de $900 mil millones y más de 20.000 empleos directos e indirectos. Además, gracias al Decreto 1701 de 2021, los CINA ahora pueden ser negociados en la Bolsa de Valores de Colombia.
		PRINCIPALES CIFRAS COMERCIALES	Según Asomedios, con la llegada de la pandemia, la publicidad tradicional, uno de los principales rubros del mercado, se redujo y 60% de la pauta se pasó a internet. Magna prevé que el mercado publicitario total tendrá una recuperación del 14%, alcanzando los COP 4,4 mil millones (1,2 mil millones de dólares) en 2021, tras una fuerte caída del 19% en 2020, aunque la recuperación económica se extenderá durante el 2022. La inversión publicitaria total de Colombia no tiene previsto retornar a los niveles del 2019 hasta principios del 2023.
	Económico	**INFORMACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR**	La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) publicó un informe con el análisis de la información de ingresos y suscriptores del servicio de televisión por suscripción en Colombia, elaborado con la información reportada por los operadores del servicio, lo que permite evidenciar el comportamiento y las tendencias del sector. De acuerdo con el análisis, durante el primer semestre del año 2021 el servicio de televisión por suscripción registró ingresos por $1,7 billones, lo que evidencia un crecimiento de 4,9 % respecto al mismo periodo del año anterior. Con corte a junio de 2021, se reportaron 6 millones de suscriptores al servicio, lo que representa una penetración de hogares del 35,8 %. Las ciudades con mayor número de suscriptores son Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla.
	Internacional	**VALOR DEL CONTRATO**	

PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN POR MEDIO TELEVISIVO		COTIZACION 1 – Producciones Gil – Nit. 16595780-8		COTIZACION 2 – Teluro Producciones- Nit. 16360478-9	
ARTICULO	CANTIDAD	V. UN	TOTAL	V. UN	TOTAL
Transmisión en vivo y en directo con una duración promedio de una (1) hora.	2	2.500.000	5.000.000	2.750 000	5.500.000
TOTAL COTIZACIONES		10.500.000			
PROMEDIO		5.250.000			

Activar Windows

			Así las cosas, la administración Municipal cuenta con un presupuesto de hasta CINCO MILLONES DOSCIENTOS CINCUENTA MIL PESOS ($5.250.000) M/cte.
		COMPORTAMIENTO DEL MERCADO	El fortalecimiento de servicios de televisión online –OTT– ha llevado a especular que las personas van a prescindir del servicio de televisión paga, lo que se conoce como Cord Cutting; sin embargo, en Colombia, ante el éxito de los servicios OTT y Video on Demand (VOD), los canales de televisión paga y los proveedores de infraestructura (DirecTV, Claro, Movistar, Tigo-Une, ETB) ya ofrecen sus propios contenidos o plataformas digitales. Datos revelados por Ibope y publicados en la página oficial del Latin American Multichannel Advertising Council (Lamac) señalan que la televisión paga tiene una penetración del 87,57%. Así mismo, la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) calcula que en Colombia hay 5.038.394 hogares con televisión paga, cuya distribución por prestador de servicio es: Telmex Colombia 42,37%, UNE EPM Telecomunicaciones 20,3%, DirecTV Colombia 20,5%, Colombia Telecomunicaciones (Movistar) 8,87%, otros operadores 7,96%. Según el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), en Colombia, la penetración de internet es de 31%, y cuenta con 15.130.185 suscriptores, de los cuales 5.889.626 están suscritos a internet fijo y 9.240.559 a internet móvil.
		FLUCTUACIÓN DE PRECIOS INTERNACIONALES DE LOS BIENES O SERVICIOS	No se conoce información.
		INFORMACIÓN DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DEL BIEN O SERVICIO	N/A
		IMPACTO DE LAS TASAS DE CAMBIO	N/A

	Técnico; Las condiciones técnicas y tecnológicas del objeto del Proceso de Contratación, incluyendo el estado de la innovación y desarrollo técnico que permite crear nuevos productos y oportunidades de mercado y las nuevas tendencias como:		Los requisitos y condiciones técnicas exigidas por la entidad para la contratación requerida son las siguientes: - Transmisión en vivo y en directo de dos (2) eventos culturales cada uno con una duración promedio de una (1) hora. - El contratista deberá utilizar durante la transmisión un mínimo de dos (2) cámaras de televisión. - El oferente deberá contar con servicio televisivo local para la producción y difusión de mensajes de movilidad. - El contratista debe presentar certificación en la que acredite el manejo del espacio televisivo a través de cableoperador y con señal en Guadalajara de Buga. - El oferente deberá entregar una copia en CD u otro medio magnético del proceso de trasmisión para los archivos de la Alcaldía Municipal.
	Legal: La Entidad Estatal debe identificar la normativa vigente aplicable al objeto del Proceso de Contratación, tanto la que influye en el mercado del bien o servicio como la que regula la actividad de los proveedores y compradores de manera particular, incluyendo las normas ambientales y los cambios recientes en la implementación y el impacto de tales modificaciones.	Modalidad Decreto 1082 de 2015	El numeral 5 del Art. 2 de la ley 1150 de 2007 subrogado por el Art. 94 de la ley 1474 de 2011, preceptúa que la contratación que no exceda del 10% de la menor cuantía de la entidad, situación que de acuerdo a acto administrativo emitido por la Oficina Jurídica del 4 de enero de 2022, indico que la cuantía para esta modalidad será hasta CUARENTA Y CINCO MILLONES DE PESOS ($45.000.000) independientemente de su objeto, se adelantará mediante la modalidad de Selección de mínima cuantía. Lo anterior aplica para la presente Invitación Pública cuyo Presupuesto es de CINCO MILLONES DOSCIENTOS CINCUENTA MIL PESOS ($5.250.000,00) M/cte

	Decreto 1082 de 2015		
Análisis de la demanda	a) Adquisiciones previas de la entidad	Objeto	- La Invitación Pública DAM-1100-461-2021 requirió los servicios de producción y transmisión por medio televisivo a través de cable operador que tenga cobertura en Guadalajara de Buga y streaming en página web de los eventos culturales que hacen parte de la programación del aniversario 451 de Guadalajara de Buga.
		Cantidad del bien o servicios	- Para la Invitación Pública DAM-1100-461-2021 se transmitieron en vivo y en directo seis (6) eventos culturales con una duración promedio de una (1) hora por un periodo de veinticinco (25) días.
		Autorizaciones, permisos y licencias requeridas	No requiere
		Valor de los contratos	- Invitación DAM-1100-461-2021. $12.600.000
		Número de contratos suscritos y vigencias de los mismos	1 contrato, uno suscrito en la vigencia 2021
		Presupuesto con cargo al cual han sido ejecutados	- La Invitación DAM 1100-461-2021 Rubro No. 2.3.2.02.02.009.33.10 -1308 - 1.5.3.1 APOYAR DOCE (12) EVENTOS ARTÍSTICOS, CREATIVOS Y/O CULTURALES DE IMPORTANCIA REGIONAL E INTERNACIONAL ANUALMENTE. .
		Oferentes que han participado en los procesos de selección	- Teluro Producciones. - Producciones Gil Televisión.
		Comportamiento de contratistas	Cumplió objeto.
			- Para la Invitación DAM 1100-461-2021 se realizó un (01) pago definitivo. Respecto de las condiciones de pago, fueron las siguientes:

		Condiciones de pago establecidas en contratos anteriores	- Certificación de recibido a satisfacción por parte del supervisor designado. - Presentación de la factura. -Presentación de comprobantes de pago de las obligaciones con el Sistema General de Seguridad Social en Salud y pensiones, en los porcentajes legalmente establecidos. - Para cada pago se aplicaron por parte de la entidad los descuentos establecidos en la Ley.
		Cronograma del proceso contractual	- La Invitación DAM-1100-1100-461-2021 inició el 4 de marzo de 2021 y el servicio se prestó hasta el 5 de abril de 2021.
		Garantías exigidas	Ninguna conforme a lo establecido en el Artículo 7 de la Ley 1150 de 2007 y las excepciones al otorgamiento del mecanismo de cobertura del riesgo, así como lo establecido en el Decreto 1082 de 2015, en los contratos cuyo valor sea inferior al (10%) de la menor cuantía prevista para cada entidad no será necesaria la exigencia de garantías.
	b) Histórico de compras o adquisiciones de otras entidades		La mayor parte de entidades requiere el servicio y otros municipios lo hacen a través de invitación pública. Tal es el caso del Municipio de Santander de Quilichao donde a través de la invitación pública de mínima cuantía CMC-012-2019 por valor de $8.000.000 donde se requirió la prestación de servicios para la emisión notas publicitarias que permita promover el turismo y la cultura del municipio de Santander de Quilichao a través de un programa de televisión que se emita en vivo en el canal local de televisión.
Análisis de la oferta	Quien vende?		Locales: Asociación Código Verde-Señal Buga Televisión, Producciones Gil Televisión. Regionales: Telepacifico, Telecafé, Telecaribe, Canal 13, Canal Capital, Teleislas. Nacionales de Televisión Abierta: Señal Colombia, RCN, Caracol, Canal Uno.
	Cuál es la dinámica de producción, distribución y entrega de bienes o servicios?		Por tratarse de la prestación de servicios de pauta publicitaria en televisión el factor de producción no es descriptible. En cuanto a la distribución está supeditada a la transmisión del video a través de la señal de televisión por cable la cual es entregada a los televidentes de acuerdo al servicio de suscripción de televisión que tengan.

MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUGA

SECRETARÍA DE CULTURA

NIT 891.380.033-5

ANÁLISIS DEL RIESGO

N	1	2	3	4
Clase	GENERAL	GENERAL	GENERAL	GENERAL
Fuente	INTERNO	INTERNO	INTERNO	INTERNO
Etapa	EJECUCION	EJECUCION	EJECUCION	EJECUCION
Tipo	RIESGOS OPERACIONALES	RIESGOS OPERACIONALES	RIESGOS OPERACIONALES	RIESGO OPERACIONAL
Descripción	EVENTUAL INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATISTA DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN EL CONTRATO	NEGLIGENCIA, IMPRUDENCIA O TEMERIDAD EN LOS MANDATOS O EN LA CALIDAD DE LA PRESTACION DEL SERVICIO REQUERIDO POR LA ENTIDAD EN LA MATERIA PARA LA CUAL FUE CONTRATADO	USO INDEBIDO DE INFORMACION CONFIDENCIAL, SECRETA, ULTRA SECRETA QUE LLEGASE A CONOCER QUE PUBLICARA, REVELARA, ENTREGARA, INFORMARA, DESTRUYERA, BAJO FORMA ALGUNA YA SEA DIRECTA O INDIRECTAMENTE	INCUMPLIMIENTO EN LAS OBLIGACIONES AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL INTEGRAL Y ARL
Consecuencia de la ocurrencia del evento	NO EJECUCIÓN DEL OBJETO CONTRACTUAL – TERMINACIÓN UNILATERAL	DEFICIENCIA EN LA PRESTACIO DEL SERVICIO CONTRATADO	TERMINACION UNILATERAL DEL CONTRATO - SANCION DISCIPLINARIA O PENAL SEGÚN SEA EL CASO	INCUMPLIMIENTO EN LAS NORMAS DE SEGURIDAD SOCIAL Y DEMAS NORMAS ASOCIADAS
Probabilidad	2	3	1	2
Impacto	2	2	1	2
Valoración	4	6	2	4
Categoria	BAJO	MEDIO	BAJO	BAJO
¿A quién se le asigna?	CONTRATISTA	CONTRATISTA	CONTRATISTA	CONTRATISTA
Tratamiento/ Control a ser implementado	REALIZAR LA SUPERVISIÓN Y VIGILANCIA EN LA EJECUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL OBJETO CONTRACTUAL	REALIZAR SEGUIMIENTO Y EVALUACION OPORTUNA EN LA EJECUCION DE LAS ACTIVIDADES DEL OBJETO CONTRACTUAL	SE ESTABLECERA CLAUSULA DE CONFIDENCIALIDAD EN LA MINUTA DEL CONTRATO	VERIFICAR EN LAS PLANILLAS EL PAGO AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL
Impacto después del tratamiento: Probabilidad	1	2	1	1
Impacto después del tratamiento: Impacto	1	2	1	2
Impacto después del tratamiento: Valoración	2	4	2	2
Impacto después del tratamiento: Categoria	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO
¿Afecta la ejecución del	SI	SI	SI	SI
Responsable por implementar el	SUPERVISOR	SUPERVISOR	MUNICIPIO DE GUADALAJARA DE BUG	SUPERVISOR
Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	DESDE EL ACTA DE INICIO DE CONTRATO	DESDE EL ACTA DE INICIO DEL CONTRATO	DESDE LA MINUTA DEL CONTRATO	DESDE EL ACTA DE INICI DEL CONTRATO
Fecha estimada en que se completa el tratamiento	HASTA LA FECHA DE FINALIZACIÓN DEL PLAZO DE CONTRATO	HASTA LA FECHA DE FINALIZACION DEL PLAZO DEL CONTRATO	HASTA LA FECHA DE FINALIZACION D PLAZO DEL CONTRATO	HASTA LA FECHA DE FINALIZACION DEL PLAZO DEL CONTRATO
Monitoreo y revisión: ¿Cómo se realiza el monit	REALIZANDO SEGUIMIENTO A CADA UNA DE LAS ACTIVIDADES DEL OBJETO CONTRACTUAL	EVALUANDO CADA UNA DE LA ACTIVIDADES DEL OBJETO CONTRACTUAL	REVISION DE LA MINUTA DEL CONTRATO	VERIFICACION EN LOS INFORMES DE PAGO
Monitoreo y revisión: Periodicidad	MENSUAL	DU LA EJECUCION DEL CONTRATO	DURANTE EL PROCESO DE EJ	MENSUAL

Responsable

HEYNAR ALVAREZ MONSALVE
Profesional Universitario en Comunicaciones