## ANÁLISIS DEL CONOCIMIENTO DEL SECTOR

En cumplimiento de lo dispuesto en el manual de contratación de la Terminal de Transporte S.A, adoptado mediante resolución N° 51 del 17 de noviembre del 2021, Según los numerales 18. Funciones a cargo de la Subgerencia Corporativa 18.2 Realizar el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso, observando los aspectos técnicos, económicos, legales, así como el análisis del riesgo, para ello podrá solicitarse el apoyo respectivo en la Subgerencia Jurídica. Y 18.6 La Dirección Financiera procederá realizar el análisis económico del sector, con indicadores financieros cuando se requiere y remitirlo a la subgerencia Corporativa. Se deben sustentar los indicadores financieros del proceso.

El documento es necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional y técnica.

## ANÁLISIS ECONÓMICO DE SECTOR

**OBJETO CONTRACTUAL PROPUESTO:** Producción y suministro de impresos y material P.O.P para atender las necesidades de la Gerencia General, Subgerencias y Direcciones, así como garantizar y mantener el posicionamiento de marca; incluida la impresión de folletos, afiches, plegables, volantes, cartillas y demás elementos requeridos en la ejecución del contrato descritos en las especificaciones técnicas del proyecto.

A. ASPECTOS GENERALES.

**1. Económico y/o Financiero**

La publicidad y la comunicación están determinadas como una de las herramientas más fuertes de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

El mercado de la publicidad ha tenido una gran acogida en el territorio colombiano, ya que este sector ha experimentado un crecimiento importante y un interés especial en las entidades públicas por difundir sus políticas y servicios a los ciudadanos. Estas piezas comunicativas generan credibilidad y alcance, contribuyendo al posicionamiento de una cultura o razón de ser de las organizaciones.

Adicionalmente, las necesidades de las organizaciones de comunicar o dar a conocer mensajes a sus grupos de interés hace parte de las estrategias básicas para lograr los objetivos estratégicos propuestos.

Dentro de la gran variedad de medios que existen y que son los principales canales para transmitir los mensajes, están divididos en dos segmentos medios tradicionales y medios alternativos.

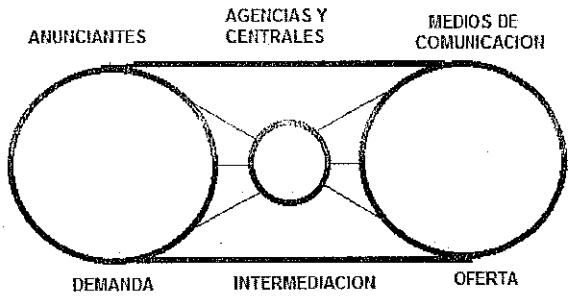
Los medios tradicionales como se conocen en el medio publicitario son aquellos que tienen como propósito comunicar e informar a las personas entre los cuales se encuentran la televisión, radio, prensa, medios impresos.

Los medios alternativos surgen con los avances tecnológicos y la necesidad de llegar a las personas de manera más efectiva y cercana que los hacen mucho más amigables a la hora de comunicar un mensaje como activaciones, eventos, redes sociales, web.

Los medios se comercializan de la siguiente forma:

• 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.
• Medios Digitales: Por publicaciones

Por otro lado como menciona el documento "Comunicación Integrada de Marketing en Medios y Anunciantes" publicado por la Unipiloto en el año 2013, indica que la industria publicitaria está compuesta por tres grandes actores: "quienes tienen la necesidad de comunicar a su target los beneficios de sus productos (los compradores), los medios de comunicación, quienes se encargan de concentrar las audiencias por medio de sus contenidos (los vendedores) y las centrales de medios y agencias de publicidad quienes se encargan de intermediar entre los anunciantes y los medios de comunicación", tal cual como se muestra en el siguiente esquema:




## 1. Económico y/o Financiero

Teniendo en cuenta que la contratación de material POP pertenece el sector servicios, se toma como base la Encuesta Mensual de Servicios, que es una operación estadística por medio de la cual el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) que obtiene la información de las variables principales del sector servicios para el análisis de su evolución en el corto plazo.

El Producto Interno Bruto crece 10,6% en el año 2021pr respecto al año 2020p.

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 21,2% (contribuye 3,9 puntos porcentuales a la variación anual).

• Industrias manufactureras crece 16,4% (contribuye 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 6,9% (contribuye 1,2 puntos porcentuales a la variación anual). En el cuarto

trimestre de 2021pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 10,8% respecto al mismo periodo de 2020p. 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 21,2% (contribuye 4,2 puntos porcentuales a la variación anual).

• Industrias manufactureras crece 11,7% (contribuye 1,5 puntos porcentuales a la variación anual).

## Información y comunicaciones

Para el año 2021pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 11,2%, en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020p . En el cuarto trimestre de 2021pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 18,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020p . Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 4,7%, respecto al trimestre inmediatamente anterior

**Tabla 8. Información y comunicaciones**
**Tasas de crecimiento en volumen[1]**
**Año total 2021[pr]**

| Actividad económica | Tasas de crecimiento (%) | | |
|---|---|---|---|
| | Serie original | | Serie ajustada por efecto estacional y calendario |
| | Año total | Anual | Trimestral |
| | 2021[pr] / 2020[p] | 2021[pr]- IV / 2020[p]-IV | 2021[pr] - IV / 2021[pr] - III |
| Información y comunicaciones | 11,2 | 18,1 | 4,7 |

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

Fuente: Boletín Técnico DANE (PIB) - Consultado 03/03/2022
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim21_producion_y_gasto.pdf

## EVOLUCIÓN GENERAL DE LOS SUBSECTORES DE SERVICIOS

### Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (DICIEMBRE 2020 / DICIEMBRE 2021)

En diciembre de 2021, diecisiete de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con diciembre de 2020

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Diciembre 2021[p] / diciembre 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 | 55,5 | 62,3 | -0,1 | 3,5 |
| H | División 53 | Correo y servicios de mensajería | 20,0 | 18,3 | 1,7 | 1,4 |
| I | Sección 56 | Restaurantes, cafeterías y bares | 43,5 | 42,8 | 0,0 | 0,5 |
| J | División 58 | Actividades de edición | -7,5 | -12,0 | 2,2 | 2,3 |
| J | División 59, excepto Clase 5920 | Producción de películas cinematográficas y programas de televisión | 986,6 | 806,7 | 62,9 | 117,0 |
| J | División 60 y Clase 6391 | Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias | 18,0 | 18,0 | 0,0 | -0,1 |
| J | Sección 61 | Telecomunicaciones | 5,1 | 5,4 | 2,5 | -0,1 |
| J | División 62, División 63, excepto Clase 6391 | Desarrollo de formas informáticas y procesamiento de datos | 10,0 | 15,1 | -4,3 | -0,2 |
| LM | Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730 | Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo | 21,4 | 22,3 | -0,9 | 0,1 |
| M | Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74 | Actividades profesionales científicas y técnicas | 13,1 | 13,0 | 0,1 | 0,0 |
| M | Clase 7310 | Publicidad | 24,4 | 24,2 | 0,1 | 0,3 |
| N | Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130 | Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios | 14,1 | 13,9 | 0,1 | 0,2 |
| N | Clase 8220 | Actividades de centros de llamadas (Call center) | 5,5 | 5,3 | 0,0 | 0,1 |
| N | División 82 excepto Clase 8220 | Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center | 11,3 | 9,6 | 0,0 | 2,2 |
| P | Grupo 854 | Educación superior privada | 5,3 | 4,7 | -0,1 | 4,7 |
| Q | Clase 8610 | Salud humana privada con internación | 7,0 | 6,3 | 0,0 | 0,7 |
| Q | División 86 excepto Clase 8610 | Salud humana privada sin internación | 6,0 | 2,0 | 4,2 | -0,1 |
| S | Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96 | Otros servicios de entretenimiento y otros servicios | 15,7 | 14,8 | 2,2 | -1,3 |

**Fuente:** DANE, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (Convenio 440 de 2021) – EMSB
p Cifra provisional
(PP) Puntos porcentuales
Nota: por aproximación decimal, se puede presentar diferencia en la suma de las contribuciones frente a la variación total.

Fuente: Boletín Técnico DANE (EMSB) - Consultado 03/03/2022
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/emsb/boletin-EMSB-diciembre-2021.pdf

**Variación anual del personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios**

En diciembre de 2021, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con diciembre de 2020.

Tabla 2. Variación anual del personal ocupado total y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios
Diciembre 2021[P] / diciembre 2020

| Clasificación CIIU Rev. 4 A.C. | | | Personal ocupado total* | Permanente | Temporal directo | Agencias | Misión** Otras cláusulas*** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sección | División | Descripción | Variación (%) | Contribución (P.P) | | | |
| H | División 52 | Almacenamiento y actividades complementarias al transporte | 7,1 | 7,6 | -1,9 | 1,4 | -- |
| H | División 53 | Correo y servicios de mensajería | 2,3 | -1,0 | 4,3 | -1,0 | -- |
| I | División 56 | Restaurantes, cafeterías y bares | 10,3 | 1,7 | 6,8 | 1,8 | -- |
| J | División 58 | Actividades de edición | -3,4 | -2,9 | -0,7 | -0,7 | -- |
| J | División 59, excepto Clase 5920 | Producción de películas cinematográficas y programas de televisión | 7,2 | 6,4 | -11,3 | 12,0 | -- |
| J | División 60 y Clase 6391 | Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias | 1,9 | -2,1 | 2,3 | 0,9 | -- |
| J | División 61 | Telecomunicaciones | 2,6 | 3,1 | -2,3 | 1,8 | -- |
| J | División 62, División 63, excepto Clase 6391 | Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos | 9,9 | 7,6 | 2,3 | 0,1 | -- |
| L-N | Sección L, División L3, Sección N, Divisiones 771, 7729 y 7730 | Inmobiliarios, alquiler de maquinaria y equipo | 3,6 | 2,0 | -1,1 | 2,1 | -- |
| M | División 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74 | Actividades profesionales científicas y técnicas | 0,5 | 1,9 | 5,9 | 0,9 | -- |
| M | Clase 7310 | Publicidad | 15,6 | 5,8 | 9,8 | 0,0 | -- |
| N | Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130 | Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios | 11,1 | 0,3 | 9,5 | 0,0 | 7,2 |
| N | Clase 8130 | Actividades de centros de llamadas (Call center) | -1,5 | -1,1 | 0,0 | -0,4 | -- |
| N | División 82 excepto Clase 8230 | Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center | 5,3 | -5,3 | 8,0 | 3,1 | -- |
| P | Grupo 854 | Educación superior privada | -1,1 | 0,7 | -1,8 | 0,0 | 0,0 |
| Q | Clase 8610 | Salud humana privada con internación | 2,4 | 2,7 | 0,9 | -1,2 | -- |
| Q | División 86 excepto Clase 8610 | Salud humana privada sin internación | 8,5 | 7,2 | 0,7 | 0,6 | -- |
| S | Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96 | Otras servicios de entretenimiento y otros servicios | 7,4 | 1,2 | 4,1 | 2,1 | -- |

Fuente: DANE, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (Convenio 440 de 2021) – EMSB

Fuente: Boletín Técnico DANE (EMSB) - Consultado 03/03/2022
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/emsb/boletin-EMSB-diciembre-2021.pdf

**1.1 Riesgo Económico y/o Financiero**

Actualmente la gestión de riesgos forma parte esencial en todas las empresas a nivel mundial, donde se deben reunir esfuerzos para anticiparse a posibles eventos infortunados. América Latina no es la excepción, cada vez son más las empresas y gobiernos que desarrollan planes de gestión y se acogen a estándares internacionales tales como las ISO, OHSAS, COSO etc.; a través de instituciones especializadas y programas.

Los riesgos financieros son aquellos riesgos de participar en los mercados financieros (gestión de activos financieros), de la gestión de tesorería, de impuestos y de seguros.

Los riesgos financieros son los que pueden afectar tanto, en la obtención de las fuentes de financiación, como en el valor y rentabilidad de los activos y pasivos financieros, entre ellos encontramos los siguientes:

**Riesgo de tipo de interés**
Las variaciones de las tasas de interés modifican los flujos futuros proyectados de los activos y pasivos obtenidos a un tipo de interés variable.

En concreto este riesgo afecta de manera significativa a la financiación de proyectos, donde su rentabilidad depende de la variación de los tipos de interés, al relacionarse directamente con los flujos de cajas esperados de los proyectos.

**Riesgo de tipo de cambio**
Cuando se realizan operaciones a nivel internacional, se realizan con divisas diferentes a la divisa de referencia de la Sociedad Dominante.

Las operaciones que más generan riesgos de tipo de cambio en el Grupo por el desarrollo de su actividad son:

- Deudas contraídas por las compañías dedicadas a este sector, en moneda diferente a la funcional.

- Pagos a realizar en mercados internacionales por la adquisición de materias primas e inmovilizados.

- Cobros procedentes de proyectos emprendidos en otros países con moneda distinta a la funcional.

- Inversiones realizadas en filiales extranjeras.

Para mitigar este tipo de riesgos, se contratan derivados sobre divisas y seguros de tipo de cambio para cubrir los flujos de caja futuros de las operaciones anteriormente mencionadas.

**Riesgo de crédito**

Hace referencia a la probabilidad a que la contraparte de un contrato, incumpla sus obligaciones de pago. Los activos financieros principales expuestos al riesgo de crédito, son:

- Activos financieros corrientes y no corrientes.

- Instrumentos financieros de cobertura.

- Saldos de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar.

- Activos financieros incluidos en el efectivo y otros activos líquidos equivalentes.

Para reducir lo máximo posible el riesgo de impago de la contraparte, limita la contratación de activos financieros a casos en los que la contraparte sean entidades de crédito con demostrada calidad crediticia y solvencia, a la vez que diversifica el riesgo entre un número alto de entidades, de manera que ninguna esté expuesta a porcentajes significativos de riesgo.

**Riesgo de liquidez**

Este riesgo viene originado por los desfases temporales entre los recursos generados por la actividad y las necesidades de financiación para atender al pago de las deudas, circulante, etc. Con la finalidad de gestionar este riesgo, por lo que se trata de:

- Realizar una gestión de cobro activa ante los clientes o deudores.

- Supervisar permanentemente las provisiones de tesorería. Estar presentes en diferentes mercados de capitales con el fin de contratar suficientes líneas de financiación.[1]

**2. Técnico:**

El futuro contratista se obliga con la Terminal de Transporte S.A., a realizar el diseño y suministro de Tarjetas, volantes, revistas, libretas, material P.O.P, pendones, etc. y demás elementos solicitados por la supervisión, descritos a continuación:

| ITEMS | DESCRIPCIÓN | CANTIDADES |
|---|---|---|
| 1 | Metro cuadrado de acrílico transparente calibre 3 mm, impreso en policromía. | 1 |
| 2 | Metro cuadrado de acrílico transparente calibre 5 mm, impreso en policromía. | 1 |
| 3 | Metro cuadrado de vinilo adhesivo de seguridad transparente impreso a 4x0 tintas. | 1 |
| 4 | Volantes 1/2 carta - 4 x 0 tintas en papel propalcote brillante de 115 gr. | 5.000 |
| 5 | Volantes 1/2 carta - 4 x 4 tintas en papel propalcote brillante de 115 gr. | 5.000 |
| 6 | Volantes 150g tamaño 22X24 | 5.000 |
| 7 | Carpetas - 4x4 tintas, 2 cuerpos, tamaño carta en papel propalcote de 300 grs, plastificado mate y acabado UV por las dos caras, troqueladas y armadas con un bolsillo. | 300 |
| 8 | Tarjetas de presentación - 4 x 4 tintas 9x5.5cms en papel propalcote plastificado mate de 300 gr con acabado UV y troqueladas. | 5000 |
| 9 | Tropezones Publicitarios: Tropezones en madera a full color tamaño 2 x1 mt troquelado. | 5 |
| 10 | Pendones con porta pendón Roll-up con impresión en banner exterior, tamaño 2x1mt a 4x0 tintas. | 1 |
| 11 | Pendones tela baneer 2 X1 mt | 7 |
| 12 | Pendones tubo 100 X 70 | 50 |
| 13 | Círculos vinilo 50 x 50 | 300 |
| 14 | Impresión digital en adhesivo brillante para exterior, tamaño 1x1 mt a 4x0 tintas. | 5 |
| 15 | Paraguas - de 27", manual, en poliéster, con mango ergonómico en EVA y herraje metálico, marcado en Screen. | 200 |
| 17 | Bolsa Ecológica - de 40 cms x 40 cms; en cámbrel tipo fuelle, marcada en screen. | 200 |
| 18 | Cinta Porta carné - con broche de seguridad de 2.5 cms de ancho, color azul rey, con porta carne vertical de pasta dura transparente. Marcada en sublimación. | 300 |
| 19 | Pad Mouse - en espuma de alta densidad (jersey) con apoya muñecas ergonómico en gel. Marcado en Screen. | 300 |

[1] Johnson, C.A. (2001). "Value at Risk: Teoría y Aplicaciones". Estudios de Economía.
Muñoz, F.M.M. y Bello, J.C. (2009). "VaR: Un Acercamiento al Control de Riesgos de Mercado". Universidad de La Sabana. Colombia.

| | | |
|---|---|---|
| 20 | AVISOS 6,73 Mts x 60 Cms | |
| 21 | Impresión digital en banner para exterior, tamaño 1x1,50 mt a 4x0. | 3 |
| 22 | Calendario de escritorio tamaño 23 de alto x 17 ancho<br>Encuadernado con espiral sobre cartón triangular blanco. Papel estucado 170 gr. | 5000 |
| 23 | Agenda diaria clásica (contiene calendario 2021-2022, calendario 2022, planeador 2022, programador anual, presupuesto de gastos, claves de larga distancia internacional, tabla de conversación, agenda diaria, directorio telefónico y mapas. Incluye caja individual). | 300 |
| 24 | Bolígrafo - en cartón, clip y punta plastifica marcado en bordado, empacado. | 1.000 |
| 25 | Botella deportiva material policarbonato, para agua, marcada en tampografía colores varios. | 1.000 |
| 26 | Termo para bebida caliente, acero inoxidable, marcada en Tampografía. | 500 |
| 27 | Camisa tipo polo - 50% algodón - 50% poliéster de 220gr de diferentes tallas, marcada en bordado. | 50 |
| 28 | PENDONES 2 X 1 MT CON PORTA PENDON TIPO ARAÑA, ALUMINIO – BOLSA PORTATIL. | 100 |
| 29 | PENDON en tela banner finalizados en tubo y codel tamaño: 100 x 0,70 mts | 100 |
| 30 | Vinilos laminados para sillas: Juego de vinilos laminados para sillas: tamaño 46x30 cms | 500 |
| 31 | Aviso en vinilo impresos en espejo sobre acrílico transparente de 4 mm anclados en módulos con 2 dilatadores en acero. | 10 |
| 32 | Libro de estatutos con caratulas impresas en policromía plastificada y hojas en papel bond de 75 gramos impresos a una sola tinta azul 20,5 x 26.5cm | 100 |
| 33 | Carpetas en papel cote de 240 gr impresa en policromía con bolsillo tamaño carta | 100 |
| 34 | Cartilla impresas la carátula en policromía plastificada brillante, hojas internas impresas a una sola tinta azul u otra | 300 |
| 35 | Lamina imantadas para vehículos impresas a full color. Tamaño 50 x 24 cm | 18 |
| 38 | Cuaderno caucho y placa metálica tamaño oficio troquelados con insertos en propalcote | 300 |
| 39 | Laminas imanadas para vehículos tamaño oficio | 6 |
| 40 | Cintas de distanciamiento en adhesivo para tráfico pesado, para piso. | 300 |

**Nota:** El contrato se ejecutará como una bolsa de monto agotable, según las necesidades de la Terminal de Transporte S.A.

**Nota:** En caso de requerirse ítems no incluidos en las especificaciones técnicas, la supervisión solicitará dos (2) cotizaciones al contratista y a su vez una tercera (3ª) que aportará la Oficina Asesora de Comunicaciones, escogiendo la más favorable para la entidad

**3. Regulatorio:**

El artículo 10 de la ley 1474 de 2011 decretó lo siguiente: "*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*".

Los contratos que se celebren para la realización de las actividades descritas en el inciso anterior, deben obedecer a criterios preestablecidos de efectividad, transparencia y objetividad.

Desde el punto de vista legal, se tiene en cuenta para el análisis sectorial en materia de manejo de publicidad de las Entidades Públicas de cualquier orden Nacional, la Ley 1474 de 2011 por medio de la cual "*por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública*", en su artículo 10 determina el Presupuesto de Publicidad, haciendo énfasis especialmente en la facultad que tienen las Entidades Públicas para destinar recursos encaminados a la divulgación de programas y políticas que busquen el cumplimiento o finalidad de su imagen institucional con el fin de brindar la información necesaria a los ciudadanos.

La Constitución Nacional de 1991 consagra los derechos y garantías constitucionales referentes a la radiodifusión sonora en los siguientes artículos: 2o., 6o., 10o., 15o., 20o., 21o., 26o., 44o., 67o., 70o., 73o., 74o., 75o., 78o., 86o., 101o., 102o., 111o., 112o., y 135o.

Y en el caso de la Terminal de Transporte el Manual de Contratación adoptado por la Resolución N° 51 del 17 de noviembre del 2021

La Terminal de Transporte como una sociedad comercial constituida como anónima que explota aun servicio público en competencia y en un sector regulado, pero que además administra parqueaderos y desarrolla otros negocios en competencia con el sector privado debe invertir en comunicación y publicidad no como un gasto sino como una inversión que tendrá su retorno a través de los resultados de sus negocios.

## B. ESTUDIO DE LA OFERTA:

**¿Quién vende?**

El estudio de oferta y demanda busca conocer las necesidades de las Entidades contratantes para el Producción y suministro de impresos y material P.O.P.

A continuación, mencionamos algunas empresas que prestaron este servicio a entidades públicas:

| Nombre del Proveedor Adjudicado | NIT del Proveedor Adjudicado | Código Principal de Categoría UNSPSC |
|---|---|---|
| ACTIVISION PUBLICIDAD Y EVENTOS SAS | 900620309 | 80141630 |
| ADDENDO SAS | 9011339311 | 80141630 |
| ADS GROUP SAS | 901021742 | 80141630 |
| Alexander Cossio | 98566149 | 80141630 |
| AMERICAN OUTSOURCING S. A | 830068850 | 80141630 |
| ANA LUCIA ALVAREZ FUENTES | 50891527 | 80141630 |

| Nombre del Proveedor Adjudicado | NIT del Proveedor Adjudicado | Código Principal de Categoría UNSPSC |
|---|---|---|
| Andres Mauricio Diaz Mora | 1013599962 | 80141630 |
| E DESIGN LTDA | 830.147.698-3 | 80141630 |
| CORCAS EDITORES SAS | 800.029.373-0 | 80141630 |
| ALL PRINT GRAPHIC & MARKETING S.A.S. | 900167804-7 | 80141630 |
| ASOCIACIÓN DE JUNTAS DEL SECTOR HIDROELÉCTRICO DE AMALFI ANTIQUIA | 811042524 | 80141630 |
| ASTRID XIMENA CABRERA TORO | 1061689869 | 80141630 |
| AVALGIS LTDA | 900185232 | 80141630 |
| Axes sas | 900937520 | 80141630 |
| BANCA DE PROYECTOS S.A.S | 900209622 | 80141630 |
| BERNATE GAMBA Y COMPAÑIA SAS | 900190744 | 80141630 |
| BIOTATOO ISCS SURAMERICA SAS | 900623025 | 80141630 |
| BLUE MONKEY ESTUDIO CREATIVO | 900860871 | 80141630 |
| BOOM SERVICIOS GRAFICOS INTEGRADOS LTDA | 830086616 | 80141630 |
| BRANDINN DISEÑO E INNOVACION SAS | 9009762095 | 80141630 |
| BULL MARKETING SAS | 9002981761 | 80141630 |
| COMUNICACIÓN INNOVACIÓN ALPHA GROUP S.A.S. | 9003514841 | 80141630 |
| CAL Y MAYOR Y ASOCIADOS S.C | 830023696 | 80141630 |

**Análisis de las MIPYMES (Numeral 1 Artículo 33 Ley 2069 de 2020)**

Según los datos de Confecámaras, que agrupa a todas las cámaras de comercio del país, existen aproximadamente 1.500.000 micro, pequeñas y medianas empresas en el Registro Único Empresarial -RUES. Esta cifra incluye a personas naturales y a personas jurídicas. Esta clasificación se realiza, por lo general, con base en el valor de los activos reportados por las empresas.

De acuerdo con la Ley 905 de 2004, para clasificar a las micro y las pymes se tienen en cuenta dos criterios:

1. Mediana empresa:

a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o
b) Activos totales por valor entre cinco mil unos (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña empresa:

a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o
b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

3. Microempresa:

a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

En Colombia el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), conocida como la Ley Mipymes[2].

[2] https://www.bancoldex.com/que-es-una-pyme-1338

Según el Decreto 957 de 2019 [3], indica: "Que el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, modificado por el artículo 2° de la Ley 905 de 2004 y por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011, define las micro, pequeñas y medianas empresas, así:

*"Artículo 2°. Definiciones de tamaño empresarial. Para todos los efectos, se entiende por empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana. Para la clasificación por tamaño empresarial, entiéndase micro, pequeña, mediana y gran empresa, se podrá utilizar uno o varios de los siguientes criterios:*

*1. Número de trabajadores totales.*

*2. Valor de ventas brutas anuales.*

*3. Valor activos totales. Para efectos de los beneficios otorgados por el Gobierno nacional a las micro, pequeñas y medianas empresas el criterio determinante será el valor de ventas brutas anuales."*

Referente a la clasificación del tamaño empresarial el Decreto 957 de 20193 en su sección 2 determina los rangos para la definición del tamaño empresarial, en función de los ingresos por actividades ordinarias anuales para el sector económico de que se trate.

Para el presente proceso el rango se establece para el sector de servicios, así:

*"**Microempresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o iguales a treinta y dos mil novecientos ochenta y ocho Unidades de Valor Tributario (32.988 UVT).*

***Pequeña empresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a treinta y dos mil novecientos ochenta y ocho Unidades de Valor Tributario (32.988 UVT) e inferiores o iguales a ciento treinta y un mil novecientos cincuenta y uno Unidades de Valor Tributario (131.951 UVT).*

***Mediana empresa.** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a ciento treinta y un mil novecientos cincuenta y un Unidades de Valor Tributario (131.951 UVT) e inferiores o iguales a cuatrocientos ochenta y tres mil treinta y cuatro Unidades de Valor Tributario (483.034 UVT)."*

"En Colombia según cifras del Departamento Nacional de Estadísticas (DANE), y el Registro Único Empresarial y Social (RUES) que coordinan las cámaras de comercio, las MIPYMES generan el 67% del empleo y el 28% del PIB nacional (Dinero, 2016), por lo que se constituyen en actores de gran importancia para la economía y el bienestar social (Aguilera, Ávila, & Solano, 2017)."[4]

En cuanto a las modalidades en las que han licitado los empresarios de las MIPYMES, Acopi en su publicación "Mipymes y Compras Públicas en Colombia", presenta la siguiente información.

[3] Por el cual se adiciona el Capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto número 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011

[4] https://acopi.org.co/Mipymes-y-compras-p%C3%BAblicas-en-colombia.pdf

**Participación por licitación Mipymes**

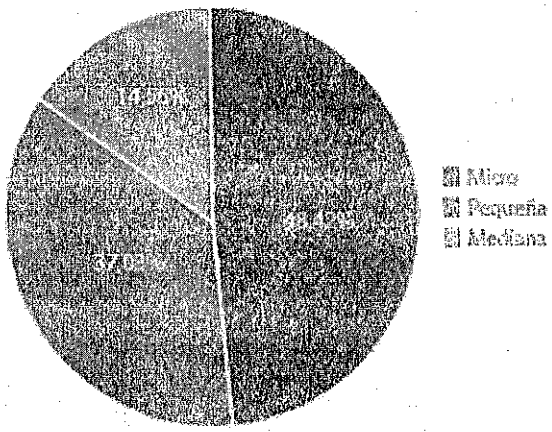
| | Subasta inversa | | Acuerdo marco de precio | | Bolsa de producto | | Concursos méritos | | Cuantía mínima | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Q | % | Q | % | Q | % | Q | % | Q | % |
| Si | 26 | 53,1 | 18 | 36,7 | 12 | 24,5 | 17 | 34,7 | 13 | 26,5 |
| No | 23 | 46,9 | 31 | 63,3 | 37 | 75,5 | 32 | 65,3 | 36 | 73,5 |
| Total | 49 | 100% | 49 | 100% | 49 | 100% | 49 | 100% | 49 | 100% |

Fuente: https://acopi.org.co/Mipymes-y-compras-p%C3%BAblicas-en-colombia.pdf

Así mismo, referente a la distribución de las empresas Mipymes, Acopi en el documento "Mipymes y Compras Públicas en Colombia", publicó la siguiente información:

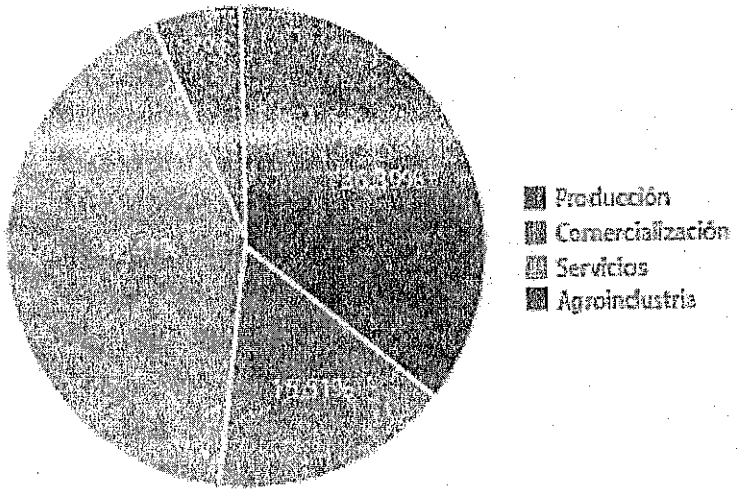
En las siguientes graficas "se puede ver la distribución de la muestra, en la primera que el 48,4% de las empresas son micro, el 37% pequeñas y el 14,6% medianas; las segunda que 36,39% son del sector productivo, 42,41% de servicios, 15,51% de comercio y 5,7% de la agroindustria; en la tercera se indica que un 35,13% está en Antioquia y Eje Cafetero, 14,56% en la Costa Caribe, 19,94% en el Altiplano Cundiboyacense, 17,72% en el Sur Occidente y 12,66% en el resto del país; por último la gráfica 11 presenta como quedó distribuida la muestra por departamento."

**TIPO DE EMPRESA**



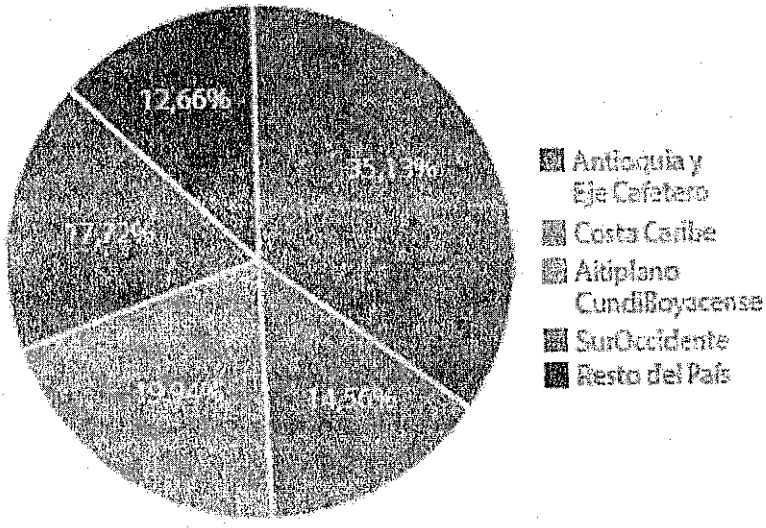

Fuente: https://acopi.org.co/Mipymes-y-compras-p%C3%BAblicas-en-colombia.pdf

## SECTOR DE ACTIVIDAD



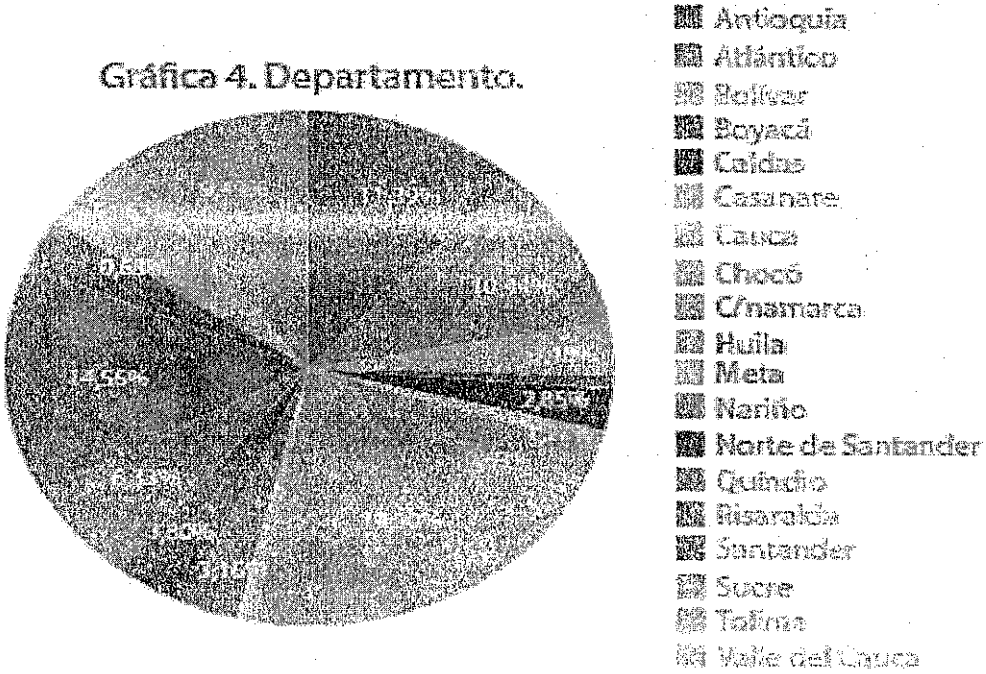

Fuente: https://acopi.org.co/Mipymes-y-compras-p%C3%BAblicas-en-colombia.pdf

## ZONA GEOGRÁFICA




Fuente: https://acopi.org.co/Mipymes-y-compras-p%C3%BAblicas-en-colombia.pdf

**DEPARTAMENTO**




Fuente: https://acopi.org.co/Mipymes-y-compras-p%C3%BAblicas-en-colombia.pdf

Desde el punto de vista empresarial la Cámara Colombiana de la Infraestructura – CCI agremia a las empresas que se dedican a las actividades de consultoría, construcción, concesión y proveedores

**¿Cuál es la dinámica de producción, distribución, entrega y/o prestación de servicios?**

En la industria de la publicidad existen tres tipos de actores fundamentales, como lo son: anunciantes, agencias y medios. Se determina que la agencia de publicidad es toda persona física o jurídica que se dedica a crear, prepara, programar o ejecutar publicidad por cuenta de un anunciante a través de un medio de comunicación social.

Los anunciantes son las personas físicas o jurídicas en cuyo interés se enfoca en la publicidad. Son actores clave de proceso publicitario, en la medida en que se convierten en los principales financiadores de los medios de comunicación.

## C. ESTUDIO DE LA DEMANDA

**¿Quién compra?**

### 1. ¿Cómo ha adquirido la entidad en el pasado este servicio?

La TERMINAL DE TRANSPORTE S.A durante los años 2014 al 2021 adjudicó contratos para seleccionar profesionales especializados en el sector de publicidad, así:

| AÑO | OBJETO | PLAZO | MODALIDAD | VALOR ESTIMADO | SE ADJUDICÓ A |
|---|---|---|---|---|---|
| 2014 | La CONTRATISTA se obliga para con la CONTRATANTE a elaborar y suministrar impresos, publicaciones y material pedagógico para el desarrollo de los procesos misionales y administrativos de la Terminal de Transporte S.A. | 5 MESES | DIRECTA | 24.297.940 | EDITORES CONARTE S.A.S. |
| 2015 | La CONTRATISTA se obliga para con la CONTRATANTE a elaborar y suministrar impresos, publicaciones y material pedagógico para el desarrollo de los procesos misionales y administrativos de la Terminal de Transporte S.A., de acuerdo con las especificaciones definidas, las obligaciones específicas y de conformidad con la oferta presentada por el CONTRATISTA, con independencia técnica y autonomía administrativa sin generar ningún tipo de vínculo laboral. | 12 MESES | DIRECTA | 50.000.000 | EDITORES CONARTE S.A.S. |
| 2018 | El CONTRATISTA se obliga para con la CONTRATANTE a la producción, suministro de impresiones y material P.O.P., para atender las necesidades de la Gerencia General, Subgerencias, Direcciones y Oficinas, así como garantizar el posicionamiento de marca, incluida la impresión de folletos, afiches, plegables, volantes, cartillas y demás elementos requeridos durante la ejecución descritos en las especificaciones técnicas del presente contrato. | 7 MESES | SOLICITUD SIMPLIFICADA DE OFERTA TT-SSO-18-2018 | 70.000.000 | SUFORMA S.A.S. |
| 2019 | Producción y suministro de impresos y material P.O.P para atender las necesidades de la Gerencia General, Subgerencias, Direcciones y Oficinas, así como garantizar el posicionamiento de marca, incluida la impresión de folletos, afiches, plegables, volantes, cartillas y demás elementos descritos en las especificaciones técnicas. | 7 MESES | DIRECTA | 97.200.000 | LOGIG SERVIS S.A.S. |
| 2020 | Producción y suministro de impresos y material P.O.P para atender las necesidades de la Gerencia General, Subgerencias y Direcciones, así como garantizar, reactivar y mantener el posicionamiento de marca; incluida la impresión de folletos, afiches plegables, volantes, cartillas y demás elementos requeridos en la ejecución del contrato descritos en las especificaciones técnicas del proyecto. | 7 MESES | Oferta Única | 80.000.000 | EDITORES CONARTE S.A.S. |
| 2021 | Elaboración y suministro de Impresos, Publicaciones y Material P.O.P para el desarrollo de todos los procesos de la Terminal de Transporte S.A. | 7 MESES | OFERTA UNICA | 85.000.000 | ALL PRINT GRAPHIC & MARKETING S.A.S |

### 2. ¿Cómo adquieren las entidades estatales y las empresas privadas este servicio?

En el estudio de la Demanda es importante analizar el tipo de consumidor en el mercado objeto del presente estudio y determinar cuáles son las necesidades de las entidades referentes al Producción y suministro de impresos y material P.O.P. Para el efecto, se realizó una búsqueda en el Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP), identificando entidades estatales que hayan realizado contrataciones similares, de tal forma que se considere pertinente su análisis para la presente investigación de mercado. Es importante destacar que varias entidades contratan el mantenimiento eléctrico con el mantenimiento locativo en un solo proceso contractual.

| Nombre Entidad | Referencia del Contrato | Descripción del Proceso | Modalidad de Contratación | Valor del Contrato |
|---|---|---|---|---|
| CUNDINAMARCA - ALCALDIA MUNICIPIO DE MOSQUERA | MC-011-2022 | SUMINISTRO DE IMPRESIÓN DE COMPARENDERAS DE TRANSITO Y TRANSPORTE Y DEMAS MATERIAL IMPRESO QUE SE REQUIERA EN LA SECRETARIA DE MOVILIDAD A PRECIO UNITARIO A MONTO AGOTABLE | Mínima cuantía | 15.000.000 |
| E.S.E HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN VICENTE DE PAUL | CONT.126-2022 | Suministro de papelería impresa y elaboración (diseño e impresión) de publicidad para la E.S.E. Hospital departamental san vicente de Paul de garzón-Huila, de acuerdo a los requerimientos de la entidad. | Régimen especial | 26.700.000 |
| DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA DEFENSORIA DEL ESPACIO PUBLICO | DADEP-SMINC-564-2021 | Adquirir los elementos de publicidad exterior (fija y móvil) e impresos de menor y gran formato para la difusión del plan estratégico de comunicaciones y las necesidades de la entidad. | Mínima cuantía | 12.471.428 |
| ALCALDIA MUNICIPAL DE IBAGUE - IBAGUE | AI-CD-PSN-3135-2021 | CONTRATAR LA PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA LA DIVULGACION DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION DE LA SECRETARIA DE SALUD DEL MUNICIPIO DE IBAGUE SOBRE LOS LINEAMIENTOS NACIONALES DE PREVENCION, MITIGACION Y ATENCION A LA EMERGENCIA SANITARIA POR EL COVID-19 Y DEMAS ACTOS DE LA GESTION PUBLICA DE LA SECRETARIA. | Contratación directa | 20.000.000 |
| INSTITUCION EDUCATIVA RURAL DEPARTAMENTAL MECADILLO PRIMERO | MP-2021-03 | SERVICIO DE SISTEMATIZACION DE NOTAS POR EL AÑO 2021 DE TODOS LOS NIVELES Y SEDES DE LA INSTITUCION EDUCATIVA, EL SERVICIO INCLUYE LA ENTREGA DE LOS BOLETINES E INFORMES CADA PERIODO Y ENTREGA LIBRO FINAL DE NOTAS. | Régimen especial | 1.400.000 |
| INSTITUCION EDUCATIVA RURAL DEPARTAMENTAL RIONEGRO SUR | RS-2021-02 | SUMINISTRO DE GUIAS Y ENTREGA A TODOS LOS ESTUDIANTES QUE REQUIEREN EN FISICO PARA TRABAJO EN CASA DURANTE LA VIGENCIA 2021. | Régimen especial | 16.707.763 |
| INSTITUCION EDUCATIVA DEPARTAMENTAL LA PLAZUELA | 15/06/2021M&M | IMPRESO PERIODICO ESCOLAR NECESARIO PARA LA DIVULGACION DE LABOR ADMINISTRATIVA, FINANCIERA Y TRABAJO PARA ESTUDIANTES DEBIDO A LA EMERGENCIA DURANTE EL AÑO 2021 | Régimen especial | 8.000.000 |
| CORPOAMAZONIA – CORPORACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL SUR DE LA AMAZONIA | MINIMA-0020-2021 | Suministrar impresos y papelería del Proyecto de Formulación del Plan Integral de Cambio Climático del Departamento de Amazonas con destino a la Dirección Territorial Amazonas de CORPOAMAZONIA. | Mínima cuantía | 2.700.000 |
| MUNICIPIO DE FUNZA - ALCADIA DE FUNZA | CD-026-2021 | CONTRATO INTERADMINISTRATIVO ENTRE LA IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA Y EL MUNICIPIO DE FUNZA, CUNDINAMARCA, PARA EL DISEÑO, ELABORACIÓN E IMPRESIÓN DE COMPARENDERAS CON ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DETERMINADAS EN LA RESOLUCIÓN N° 03253 DE 2017 PROFERIDA POR LA DIRECCIÓN GENERAL DE LA POLICÍA NACIONAL. | Contratación directa | 12.108.250 |

| Nombre Entidad | Referencia del Contrato | Descripción del Proceso | Modalidad de Contratación | Valor del Contrato |
|---|---|---|---|---|
| DEPARTAMENTO DE POLICIA URABA | PN DEURA MIC 037 2021 | CONTRATAR EL SERVICIO DE IMPRESOS Y PUBLICACIONES DESTINADOS A REALIZAR CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PREVENCIÓN Y EDUCACIÓN QUE DESARROLLEN LAS UNIDADES POLICIALES ADSCRITAS AL DEPARTAMENTO DE POLICÍA URABÁ. | Mínima cuantía | 5.000.000 |

**D. RECOMENDACIONES DE CAPACIDAD FINANCIERA PARA EL PROCESO (NO APLICA)**
**E. RECOMENDACIONES DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL PARA EL PROCESO (NO APLICA)**
**F. JUSTIFICACIÓN DE LOS INDICADORES PROPUESTOS (NO APLICA)**

**ROBERTO BERMUDEZ BOLIVAR**
Subgerente Corporativo (e)

**ANGELO DICKENS PIRAJAN FORERO**
Jefe de Oficina Asesora de Comunicaciones
Líder del Proyecto

(NO APLICA) _____
**OSCAR ORLANDO CASTAÑEDA BOLIVAR**
Director de Gestión Financiera (e)

Proyectó. Ing. Sergio Alejandro Torres / Contratista Subgerencia Corporativa