1. ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

OBJETO:	**DESARROLLO DE ACCIONES AFIRMATIVAS PARA LA PREVENCIÓN Y REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD VIAL EN EL MUNICIPIO DE SABANETA EN CUMPLIMIENTO DEL MANDATO LEGAL QUE IMPONEN LOS ARTÍCULOS 56 Y 160 DEL CÓDIGO NACIONAL DE TRÁNSITO TERRESTRE**

El Decreto 1082 de 2015 en su Artículo 2.2.1.1.1.6.1 establece lo siguiente:

> ***Artículo 2.2.1.1.1.6.1 DEBER DE ANÁLISIS DE LAS ENTIDADES ESTATALES. La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto 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.***

1.1 ASPECTOS GENERALES

En este acápite el operador jurídico deberá realizar un análisis de varios aspectos los cuales se enuncian a continuación, cuyo enfoque se basa en la respuesta a varios interrogantes que ayudarán a ubicar el contexto del estudio.

1.1.1 Perspectiva Regulatoria

¿Cuál es la regulación aplicable al objeto del proceso de contratación? (Regulaciones de mercado, de precios, ambientales, tributarias y de cualquier otro tipo, así como las modificaciones recientes a tales regulaciones y el impacto en su aplicación. También debe estudiar si en el sector hay Normas Técnicas Colombianas, acuerdos o normas internacionales aplicables y autoridades regulatorias o de vigilancia)

LEY 1480 DE 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. **Artículo 2°**. Objeto. Las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente.
Las normas contenidas en esta ley son aplicables en general a las relaciones de consumo y a la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, evento en el cual aplicará la regulación especial y suplementariamente las normas establecidas en esta Ley.
Esta ley es aplicable a los productos nacionales e importados.

1.1.2 Perspectiva Económica

¿A qué sector de la economía pertenecen los posibles oferentes de la presente contratación?

Para identificar el sector de la economía al cual pertenecen los posibles oferentes, debemos tener claros los diferentes sectores en los cuales se dividen:

[1] **División según la economía clásica**

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

- **Sector primario o sector agropecuario**: Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.

- **Sector secundario o sector Industrial:** Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.
  Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación:
  Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.
  Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

- **Sector terciario o sector de servicios:** Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc. Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

[2] **El sector primario** es el que inicia la cadena productiva, mediante la extracción u obtención de recursos a partir de la naturaleza: la materia prima. Dicha materia prima se obtiene interviniendo el medio ambiente y a menudo bajo estrictas reglas ecológicas u operativas que el Estado tiene la misión de supervisar, ya que el sector primario suele operar bajo la figura de la licitación estatal: un permiso legal para extraer un bien o un recurso.

El sector secundario recibe la materia prima del sector primario y se ocupa de someterla a procedimientos especializados de transformación, obteniendo así productos elaborados listos para su consumo, o bien productos semielaborados que irán a su vez a otra industria del sector para formar parte de otros productos elaborados. Se trata del sector industrial por excelencia, el encargado de fabricar las cosas que consumimos.

Se denomina sector terciario o sector servicios al eslabón de la cadena económica que, a diferencia de los dos anteriores, no se dedica a la extracción de materia prima ni a su transformación en bienes de consumo, sino a la satisfacción de necesidades operativas y comerciales o de cualquier otra naturaleza que requieran tanto los consumidores finales como otras empresas e industrias.

Este sector se encarga a menudo de brindar soporte especializado en la conducción de sus operaciones a tanto el sector primario como el secundario, sobre todo en asuntos que no involucran directamente la actividad económica específica a la que se dedican.

---

[1] http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos
[2] https://concepto.de/sector-terciario/#ixzz5tJlVswQT

Por ejemplo, una industria farmacéutica requerirá el envío de sus medicinas a la gente que las consume, y para ello acude a una empresa transportista en lugar de hacerlo por sí misma, recibiendo así servicios de transporte. A esto se le conoce como *tercerización*.

El sector terciario es por naturaleza sumamente diverso y específico, pero a grandes rasgos sus tres áreas principales de acción son el soporte, la distribución y la comercialización.

Soporte: Servicios en la resolución de problemas de un área específica, o en la obtención de recursos humanos, tecnológicos o en la supervisión de la estructura de funcionamiento de las diversas formas productivas.
Distribución: El transporte tanto de mercancías elaboradas, materias primas o personas, estas últimas con fines laborales, recreativos o de cualquier otra índole.
Comercialización: Es el paso final de las cadenas productivas, pues consiste en llevar el producto final a sus consumidores y hacerlo disponible al mercado de consumo local. En algunos casos este último puede ser realmente amplio, como ocurre con la venta online de productos a cualquier parte del mundo.

[3] El sector de servicios económicos o sector terciario se compone de áreas de la economía tales como:

- Comercio (mayorista, minorista, franquicias)
- Actividades financieras (banca, seguros, bolsa y otros mercados de valores)
- Servicios personales, los más importantes de los cuales son los que se identifican con el estado de bienestar (especialmente educación, sanidad y atención a la dependencia -servicios públicos, se presten por el Estado o por la iniciativa privada), pero también otros (como las peluquerías)
- Servicios a empresas de cualquier sector, como la gestión y administración de empresas (incluyendo el nivel ejecutivo), la publicidad y las consultorías y asesoramientos económico, jurídico, tecnológico, de inversiones, etc.
- Función pública, administración pública, actividades de representación política y de servicios a la comunidad, como las actividades en torno a la seguridad y defensa (ejército, policía, protección civil, bomberos, etc.) y las actividades en torno a la justicia (jueces, abogados, notarios, etc.)
- Hotelería y las actividades en torno al turismo
- Las actividades en torno al ocio, la cultura, el deporte y los espectáculos, que incluyen las llamadas industrias audiovisuales o de imagen y sonido (industria musical, industria cinematográfica y similares, como los videojuegos); la industria editorial se incluye, con las artes gráficas, entre los sectores industriales (es decir, en el sector secundario)
- Transporte y comunicación (según se trasladen mercancías o información)
- Medios de comunicación, especialmente los medios de comunicación de masas o sociales (periodismo escrito -prensa-, radio y televisión)
- Telecomunicaciones, especialmente los medios personales (telefonía)
- Otras aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet.

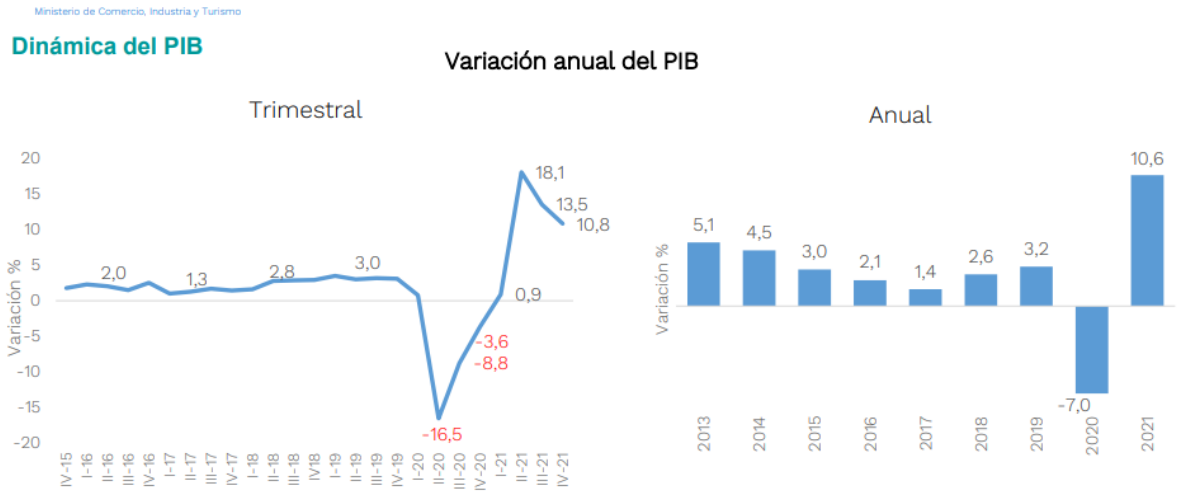
Una vez analizada la división según la economía clásica, puede decirse que el presente objeto contractual se encuentra enmarcado en el **sector terciario de la economía**.

[3] https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios

¿Qué participación tiene el sector enunciado en la economía colombiana?

Principales resultados del PIB durante el 2021[4]

- Durante el año 2021, el incremento del PIB fue de 10,6%, que contrastó con la variación negativa de 7%, en 2020. Si se compara con 2019 (prepandemía) el PIB de 2021 fue superior en 2,8%.
- En 2021, todos los sectores registraron variaciones positivas. Resaltó el crecimiento del sector comercio – transporte – almacenamiento - alojamiento (21,2%), Industria (16,4%) y administración pública (6,9%).
- En 2021, la recuperación industrial fue evidente, crecieron 22 de los 24 subsectores industriales. Decrecieron azúcar y productos de café.
- Se evidenció gran dinámica del sector de alojamiento y servicios de comida, con un crecimiento de 59,7% en el 2021.
- En 2021, el sector de comercio, transporte, almacenamiento, alojamiento representó el 17,4% del PIB y la industria el 12% del PIB. En conjunto, estos participaron del 29,4% del PIB.



Durante el cuarto trimestre de 2021, la economía colombiana aumentó 10,8%, producto de una mayor apertura de las actividades productivas. Durante el año 2021, el incremento del PIB fue de 10,6%, que contrastó con la variación negativa de 7%, respecto a 2020. Si se compara con 2019 (prepandemía) el PIB de 2021 fue superior en 2,8% [5]

[4] https://www.mincit.gov.co/

[5] https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-pib/2021/iv-trimestre-de-2021/oee-mab-informe-pib-a-iv-trim-2021.pdf.aspx

Algunas cifras económicas que reflejan las dinámicas del sector al cual pertenece la contratación:

Encuesta Mensual de Servicios (EMS)

Enero de 2022

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios
Total Nacional
Enero 2022ᵖ



Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional

EVOLUCIÓN GENERAL DE LOS SUBSECTORES DE SERVICIOS

Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipode ingresos, según subsector de servicios (enero 2022 / enero 2021)

En enero de 2022, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con enero de 2021.[6]

[6] https://www.dane.gov.co/index.php

Tabla 1. Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios
Enero 2022[P] / enero 2021

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	55,6	52,7	0,4	2,5
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	12,4	12,3	0,0	0,0
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	53,0	51,4	1,2	0,3
J	Divsión 58	Actividades de edición	47,8	44,3	1,1	2,4
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	738,1	476,9	151,3	109,9
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	16,6	15,5	0,0	1,1
J	División 61	Telecomunicaciones	13,6	8,1	5,5	0,0
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	22,3	22,2	0,5	-0,4
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	15,3	11,3	3,4	0,5
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	32,2	31,7	0,4	0,2
M	Clase 7310	Publicidad	33,0	32,5	0,4	0,1
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	15,0	14,7	0,3	0,0
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	11,5	11,5	0,0	0,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	14,4	12,7	0,1	1,6
P	Grupo 854	Educación superior privada	4,9	3,3	-0,5	2,1
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	13,0	13,1	-0,9	0,9
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	8,2	7,3	0,8	0,1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	36,3	33,3	0,4	2,6

Fuente: DANE – EMS
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.

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Información febrero 2022

En febrero de 2022, la variación mensual del IPC fue 1,63%.

(IPC) Índice de Precios al Consumidor
Variación mensual, año corrido y anual - Total nacional - 2021 - 2022 (febrero)

IPC	Febrero					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
IPC total	1,63	0,64	3,33	1,05	8,01	1,56

Fuente: DANE, IPC

1.1.3 Perspectiva Comercial

¿De qué forma suele adquirirse el bien, obra o servicio que se pretende contratar? (Manera como se adquiere en el sector público y en el sector privado de acuerdo a las tradiciones comerciales del sector)

El proceso de compra en las entidades públicas tiene en lo fundamental etapas que sirven para la planeación de la adquisición del bien y servicio, dentro de los cuales se encuentra el plan anual de adquisiciones, documento que plasma las necesidades de la entidad en la adquisición de bienes, obras y servicios que se pretende adquirir durante el año, en donde se enuncia las diferentes modalidades de contratación. El estado interviene en el desarrollo de la actividad económica como consumidor y como productor. Así, actúa como unidad económica de consumo cuando adquiere bienes y servicios de las empresas privadas para desarrollar las funciones y los objetivos que se tienen por cumplir con la contratación a desarrollar.

Para la adquisición de bienes y servicios en las entidades públicas, es obligación respecto de todos los procesos contractuales, la escogencia de los contratistas de forma objetiva. Esto significa que en ningún caso la selección del contratista puede ser subjetiva. Es por tal motivo que los bienes o servicios que se pretenden contratar para el normal funcionamiento administrativo o para el cumplimiento de los fines estatales, deben ceñirse a lo dispuesto por el estatuto de contratación de la administración pública, es decir la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011, Decreto 019 de 2012, Decreto 1082 de 2015, Ley 1882 de 15 de enero de 2018 y demás normas que lo deroguen, modifiquen o complementen.

Igualmente se debe cumplir con los principios de la contratación estatal, los cuales rigen todos los procesos de selección que se desarrollan en la entidad estatal, sin importar la modalidad de selección por la cual se va adquirir el bien o servicio. Dichos principios son: transparencia, planeación, responsabilidad, publicación, debido proceso, supremacía de lo sustancial sobre lo formal.

A diferencia del sector público, el sector privado se compone de la actividad empresarial que es propiedad privada y está financiada y administrada por particulares. Las empresas que conforman el sector privado pueden ser: pequeñas empresas, propiedad de una sola persona o de grandes empresas como las multinacionales que operan en el mundo. El objetivo de las empresas en el sector privado es obtener un beneficio económico.

Una de las grandes diferencias de la adquisición de los bienes y servicios entre la empresa privada y el sector público es el origen y la aplicación de los requisitos. Las empresas del sector privado obtienen ingresos, controlan sus gastos y aplican políticas estrictamente tendientes a armonizar su política de inversiones y ganancias. La adquisición de bienes y servicios se realiza de una manera muy diferente al sector púbico pues las adquisiciones se pueden realizar de manera directa, es decir por factura de compra en donde se adquiere el bien según el precio y la ganancia que se obtengan de dicha compra, en donde el precio de referencia se obtiene de la oferta más favorable para la organización; un poco similar al sector público pero a diferencia, en el sector privado no se requiere de la elaboración de procesos de selección para la compra de artículos o bienes muebles e inmuebles y solo se requiere la voluntad de las partes para la ejecución contractual de manera inmediata es decir un ganancia de oferta y demanda. Para el caso de contratación de servicios en el sector privado, se realiza una selección con base en la experiencia y recomendaciones que se tengan de la organización que llevaría a cabo dicho servicio y en la oferta más favorable en cuanto a términos financieros para la organización.

1.1.4 Perspectiva Financiera

¿De qué forma el sector económico que se pretende impactar adquiere sus sistemas de financiación para el adecuado manejo y cumplimiento de las labores propias de su ejercicio comercial?

El sector en el cual se enmarca esta contratación adquiere sus sistemas de financiamiento de acuerdo en la forma que reúna el capital lo cual se conoce como financiamiento. Esta adquisición de capital le permite a las empresas la posibilidad de mantener una economía estable y eficiente al igual que mantener sus actividades comerciales que contribuyen a un mayor aporte al sector económico.

Dentro de las fuentes de financiamiento del sector encontramos:

- **Ahorros personales:** Para la mayoría de los negocios o servicios la principal fuente de financiamiento provienen de recursos personales.
- **Bancos o cooperativas de crédito:** En este aspecto encontramos los préstamos que realizan los bancos tanto a las personas naturales como jurídicas.
- **Inversión per capital:** En su mayoría son organizaciones que prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento a cambio de acciones o ganancias parciales del negocio.
- **Inversión Estatal:** En caso de empresas industriales y comerciales del estado.

Así mismo, dentro de las fuentes de financiamiento encontramos otras fuentes de financiación que es a corto plazo y están representado por:

- Créditos comerciales
- Créditos bancarios
- Pagares
- Líneas de crédito

¿De qué manera puede ello impactar en la ejecución del contrato?

Este tipo de financiamiento puede impactar la contratación respecto al índice de endeudamiento con el cual cuenta la organización o empresa en el caso de una persona jurídica. Ahora bien, el financiamiento tiene importancia en la contratación, ya que de esto depende que las organizaciones mantengan una economía estable y una continuidad de sus actividades comerciales y como consecuencia brindar al estado seguridad para que la contratación se ejecute de la manera como fue planeada.

1.1.5 Perspectiva Organizacional

¿Desde el punto de vista de la organización normalmente el mercado cómo está conformado para el cumplimiento de un contrato como el que se pretende celebrar?

Aunque la actividad económica está dividida en sectores económicos, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Dada la naturaleza del objeto, la presente contratación se ubica dentro de la clasificación análoga del **sector servicios**[7]

[7] http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos

El sector comercial y de servicios en Colombia es uno de los segmentos más importantes dentro del Producto Interno Bruto ya que es de los que más aporta. Gracias a los tratados de libre comercio ratificados por Colombia, el crecimiento de la economía en el país durante los últimos años ha tendido al alza.

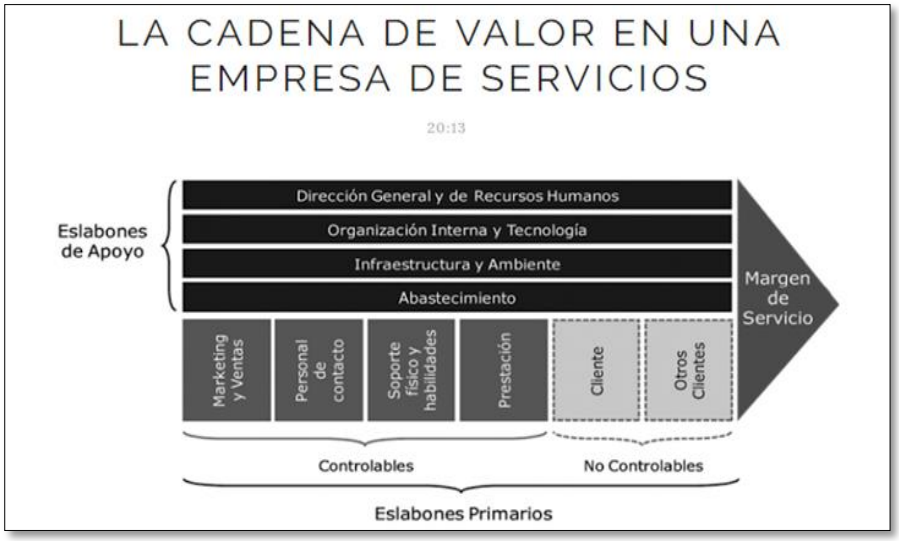
El sector terciario a diferencia del primario y secundario no está agrupado en un gremio en sí, pero si en diferentes asociaciones y federaciones que permiten medir el crecimiento de este sector, al igual que conocer las cifras de impacto en el producto interno bruto.

¿Pueden señalarse cadenas de producción y/o distribución del bien, obra o servicio?

La cadena productiva es el conjunto de operaciones necesarias para llevar a cabo la producción de un bien o servicio, que ocurre de forma planificada y producen un cambio o transformación de materiales.

En la prestación de servicios la cadena de producción y/o distribución está enmarcada en la calidad y la satisfacción del servicio, en donde el cliente experimenta factores diferenciadores como la recordación, la lealtad y la fidelidad que lleva a generar la nueva contratación y la recompra.

Actualmente el sector de servicios representa más del 72% de la producción internacional, reporta los mayores y más rápidos crecimientos en el producto mundial[8], en el sector servicios son prestados por diversas empresas que cumplen un con la cadena de valor de los que continuación se enuncia[9]:



[8] https://revistadelogistica.com/servicios/la-gestion-logistica-en-las-empresas-de-servicios/

[9] https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2ahUKEwjY057Ay4XkAhXEslkKHWJpBeoQjhx6BAgBEAI&url=https%3A%2F%2Fwww.palermo.edu%2Feconomicas%2Fpdf_economicas%2Fbusiness_paralela%2Freview%2Fmarketing_servicios.pdf&psig=AOvVaw1aTsiPW1X2VIMJUPe_tDTX&ust=1565982940433666

1.1.6 Perspectiva Técnica

¿El bien, obra o servicio que se pretende adquirir requiere una condición técnica especial y especifica?

Si, para ello los posibles oferentes deberán remitirse a las fichas técnicas y a los estudios y documentos previos que hacen parte integral del proceso de contratación con el fin de analizar las características o condiciones específicas que deberá cumplirse en el contrato.

¿Qué garantías tiene el producto, bien o servicio tradicionalmente en el mercado?

Para la ley colombiana de protección al consumidor, producto es todo bien o servicio, por lo tanto los servicios también tienen garantía, y según lo establecido en el Estatuto del Consumidor, Ley 1480, artículo 7° *"En la prestación de servicios en el que el prestador tiene una obligación de medio, la garantía está dada, no por el resultado, sino por las condiciones de calidad en la prestación del servicio, según las condiciones establecidas en normas de carácter obligatorio, en las ofrecidas o en las ordinarias y habituales del mercado"*

Así las cosas, la entidad considera pertinente que **la garantía de calidad en la prestación del servicio** que se pretende contratar **no podrá ser inferior a tres (3) meses o por el plazo de ejecución del contrato en caso de ser inferior**

1.2 ESTUDIO DE LA OFERTA

1.2.1 Empresas del sector

¿Puede nombrar algunas de las empresas del sector al cual pertenece la adquisición del bien, obra o servicio?

Los siguientes son los posibles oferentes que se encuentran en el sector servicios en el mercado local:

- HUELLA CREATIVA S.A.
- HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.
- MEDIACOM S.A.S.
- IMAGEN Y RELACIONES PUBLICAS SAS
- MINDSHARE DE COLOMBIA SAS
- WAVEMAKER COLOMBIA SAS
- J&M COMUNICACIONES SAS
- GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA S.A.S.
- MARKETMEDIOS COMUNICACIONES S.A.S
- ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA SAS
- FOX CHANNELS COLOMBIA
- PROXIMITY COLOMBIA SAS
- MMS COMUNICACIONES COLOMBIA S.A.S
- EFECTIMEDIOS SA
- SONOVISTA PUBLICIDAD SA
- OGILVY & MATHER COLOMBIA SAS

1.2.2 Análisis de presupuesto oficial

Para analizar los precios del mercado se tomaron como referencia tres **(3) cotizaciones actuales**, cuya descripción cumple con las solicitadas en las fichas técnicas y estudios previos.

Resultado del análisis para determinar el presupuesto oficial:

ÍTEM	DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en ficha técnica publicada por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
1	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACION DE LA CAMPAÑA CONDUCE EN MODO AVION	UNIDAD	$ 9.109.150	$ 10.849.100	$ 10.746.750	$ 10.235.000	1	$ 10.235.000
2	INTERVENCIONES DE SENCIBILIZACION LUDICO-PEDAGOGICAS EN SEMAFOROS Y PUNTOS ESTRATEGICOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 1.958.000	$ 2.332.000	$ 2.310.000	$ 2.200.000	32	$ 70.400.000
3	MATERIAL PARA DIFUSION DE INFORMACION(PLEGABLES)	UNIDAD	$ 935	$ 1.113	$ 1.103	$ 1.050	8000	$ 8.400.000
4	PRODUCCION DE CAPSULAS AUDIOVISUALES (DURACION DE 30 SEG A 1 MINUTO)	UNIDAD	$ 2.136.000	$ 2.544.000	$ 2.520.000	$ 2.400.000	3	$ 7.200.000

ÍTEM	DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en ficha técnica publicada por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
5	DISEÑO, PRODUCCION E INSTALACION DE MINIVALLAS EN HIERRO CON ADHESIVO EN LAS VEREDAS Y BARRIOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 614.100	$ 731.400	$ 724.500	$ 690.000	20	$ 13.800.000
6	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA CARRO VALLA CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 258.100	$ 307.400	$ 304.500	$ 290.000	2	$ 580.000
7	CARRO VALLA CON IMAGEN DE LA CAMPAÑA Y AUDIO	UNIDAD	$ 311.500	$ 371.000	$ 367.500	$ 350.000	20	$ 7.000.000
8	JINGLE ALUSIVO A LA CAMPAÑA ENTRE 5 A 30 SEG	UNIDAD	$ 3.780.000	$ 3.816.000	$ 3.204.000	$ 3.600.000	1	$ 3.600.000
9	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA ARCOS DE ENTRADA Y SALIDA DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 3.710.000	$ 3.675.000	$ 3.115.000	$ 3.500.000	2	$ 7.000.000
10	ALQUILER DE ESPACIOS ARCOS DE ENTRADA Y SALIDA DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 2.625.000	$ 2.225.000	$ 2.650.000	$ 2.500.000	2	$ 5.000.000
11	DISEÑO, PRODUCCION Y ENTREGA DE FUNDAS PARA CELULAR CON MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 8.400	$ 7.120	$ 8.480	$ 8.000	2000	$ 16.000.000
12	DISEÑO Y ENTREGA DE POPSOCKET STICKER ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 5.250	$ 4.450	$ 5.300	$ 5.000	1500	$ 7.500.000
13	DISEÑO Y ENTREGA DE SOPORTES PARA CELULAR CON IMAGEN ALUSIVA A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 15.750	$ 13.350	$ 15.900	$ 15.000	1200	$ 18.000.000
14	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACION DE LA CAMPAÑA POR TU FAMILIA PON EL FRENO	UNIDAD	$ 9.109.150	$ 10.849.100	$ 10.746.750	$ 10.235.000	1	$ 10.235.000
15	INTERVENCIONES DE SENCIBILIZACION LUDICO-PEDAGOGICAS EN PUNTOS ESTRATEGICOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 1.958.000	$ 2.332.000	$ 2.310.000	$ 2.200.000	32	$ 70.400.000
16	INTERVENCIONES BTL EN PUNTOS ESTRATEGICOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 1.691.000	$ 2.014.000	$ 1.995.000	$ 1.900.000	32	$ 60.800.000
17	PRODUCCION DE CAPSULAS AUDIOVISUALES (DURACION DE 30 SEG A 1 MINUTO)	UNIDAD	$ 2.136.000	$ 2.544.000	$ 2.520.000	$ 2.400.000	3	$ 7.200.000
18	DISEÑO, PRODUCCION E INSTALACION DE MINIVALLAS EN HIERRO CON ADHESIVO EN LAS VEREDAS Y BARRIOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 614.100	$ 731.400	$ 724.500	$ 690.000	20	$ 13.800.000
19	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA CARRO VALLA CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 258.100	$ 307.400	$ 304.500	$ 290.000	2	$ 580.000

ÍTEM	DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en ficha técnica publicada por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
20	CARRO VALLA CON IMAGEN DE LA CAMPAÑA Y AUDIO	UNIDAD	$ 311.500	$ 371.000	$ 367.500	$ 350.000	15	$ 5.250.000
21	JINGLE ALUSIVO A LA CAMPAÑA ENTRE 5 A 30 SEG	UNIDAD	$ 3.780.000	$ 3.816.000	$ 3.204.000	$ 3.600.000	1	$ 3.600.000
22	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA VALLAS PETROLERAS	UNIDAD	$ 3.710.000	$ 3.675.000	$ 3.115.000	$ 3.500.000	2	$ 7.000.000
23	ALQUILER DE ESPACIOS VALLAS PETROLERAS	UNIDAD	$ 2.310.000	$ 1.958.000	$ 2.332.000	$ 2.200.000	2	$ 4.400.000
24	DISEÑO, PRODUCCION Y ENTREGA DE PORTARETRATOS PARA PONER EN EL VISOR PROTECTOR DEL SOL DE LOS VEHICULOS CON MARCO ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 15.750	$ 13.350	$ 15.900	$ 15.000	3000	$ 45.000.000
25	DISEÑO Y ENTREGA DE LLAVEROS PARA MOTOS EL CUAL TENDRA UN LADO CON UN MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA Y EL OTRO LADO EL ESPACIO PARA LA FOTO DE LA FAMILIA	UNIDAD	$ 5.250	$ 4.450	$ 5.300	$ 5.000	1478	$ 7.390.000
26	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACION DE LA CAMPAÑA CUANDO PASO TE CUIDO - SE SOLIDARIO AL CRUZAR	UNIDAD	$ 9.109.150	$ 10.849.100	$ 10.746.750	$ 10.235.000	1	$ 10.235.000
27	INTERVENCIONES DE SENCIBILIZACION BTL EN SEMAFOROS Y PUNTOS ESTRATEGICOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 1.691.000	$ 2.014.000	$ 1.995.000	$ 1.900.000	32	$ 60.800.000
28	PRODUCCION DE CAPSULAS AUDIOVISUALES (DURACION DE 30 SEG A 1 MINUTO)	UNIDAD	$ 2.136.000	$ 2.544.000	$ 2.520.000	$ 2.400.000	3	$ 7.200.000
29	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA CARRO VALLA CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 258.100	$ 307.400	$ 304.500	$ 290.000	2	$ 580.000
30	DISEÑO, PRODUCCION E INSTALACION DE MINIVALLAS EN HIERRO CON ADHESIVO EN LAS VEREDAS Y BARRIOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 614.100	$ 731.400	$ 724.500	$ 690.000	20	$ 13.800.000
31	CARRO VALLA CON IMAGEN DE LA CAMPAÑA Y AUDIO	UNIDAD	$ 311.500	$ 371.000	$ 367.500	$ 350.000	25	$ 8.750.000
32	JINGLE ALUSIVO A LA CAMPAÑA ENTRE 5 A 30 SEG	UNIDAD	$ 3.780.000	$ 3.816.000	$ 3.204.000	$ 3.600.000	1	$ 3.600.000
33	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA VALLAS PETROLERAS	UNIDAD	$ 3.710.000	$ 3.675.000	$ 3.115.000	$ 3.500.000	2	$ 7.000.000
34	ALQUILER DE ESPACIOS VALLAS PETROLERAS	UNIDAD	$ 2.310.000	$ 1.958.000	$ 2.332.000	$ 2.200.000	2	$ 4.400.000

ÍTEM	DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en ficha técnica publicada por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
35	DISEÑO, PRODUCCION Y ENTREGA DE SILUETAS DE LOS PATRULLERITOS EN MATERIAL REITENTE AL AGUA DE TAMAÑO APROXIMADO ENTERE 1.10 MT Y 1.30 MT	UNIDAD	$ 105.000	$ 89.000	$ 106.000	$ 100.000	100	$ 10.000.000
36	DISEÑO Y MARCACION CON PINTURA REFLECTIVA ESPECIAL PARA ASFALTOS EN ZONAS CON CRUCES CRITICOS PARA LOS PEATONES	UNIDAD	$ 126.000	$ 106.800	$ 127.200	$ 120.000	150	$ 18.000.000
37	DISEÑO Y ENTREGA DE TULAS REFLECTIVAS CON MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 9.450	$ 8.010	$ 9.540	$ 9.000	1500	$ 13.500.000
38	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACION DE LA CAMPAÑA LAS SEÑALES TAMBIEN SON PARA TI	UNIDAD	$ 9.109.150	$ 10.849.100	$ 10.746.750	$ 10.235.000	1	$ 10.235.000
39	INTERVENCIONES DE SENCIBILIZACION BTL EN CICLOVIAS Y CICLORUTAS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 1.691.000	$ 2.014.000	$ 1.995.000	$ 1.900.000	32	$ 60.800.000
40	PRODUCCION DE CAPSULAS AUDIOVISUALES (DURACION DE 30 SEG A 1 MINUTO)	UNIDAD	$ 2.136.000	$ 2.544.000	$ 2.520.000	$ 2.400.000	3	$ 7.200.000
41	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA CARRO VALLA CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 258.100	$ 307.400	$ 304.500	$ 290.000	2	$ 580.000
42	DISEÑO, PRODUCCION E INSTALACION DE MINIVALLAS EN HIERRO CON ADHESIVO EN LAS VEREDAS Y BARRIOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 614.100	$ 731.400	$ 724.500	$ 690.000	20	$ 13.800.000
43	CARRO VALLA CON IMAGEN DE LA CAMPAÑA Y AUDIO	UNIDAD	$ 311.500	$ 371.000	$ 367.500	$ 350.000	25	$ 8.750.000
44	JINGLE ALUSIVO A LA CAMPAÑA ENTRE 5 A 30 SEG	UNIDAD	$ 3.780.000	$ 3.816.000	$ 3.204.000	$ 3.600.000	1	$ 3.600.000
45	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA VALLAS PETROLERAS	UNIDAD	$ 3.710.000	$ 3.675.000	$ 3.115.000	$ 3.500.000	2	$ 7.000.000
46	ALQUILER DE ESPACIOS VALLAS PETROLERAS	UNIDAD	$ 2.310.000	$ 1.958.000	$ 2.332.000	$ 2.200.000	2	$ 4.400.000
47	DISEÑO Y ENTREGA DE RIÑONERAS CON MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 8.400	$ 7.120	$ 8.480	$ 8.000	1200	$ 9.600.000
48	DISEÑO,PRODUCCION Y ENTREGA DE BUSOS REFLECTIVOS CON MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 23.100	$ 19.580	$ 23.320	$ 22.000	1200	$ 26.400.000

ÍTEM	DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en ficha técnica publicada por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
49	DISEÑO Y ENTREGA DE TERMOS CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 12.600	$ 10.680	$ 12.720	$ 12.000	1000	$ 12.000.000
50	DISEÑO,PRODUCCION Y ENTREGA DE STICKER PARA TRANSPORTE PUBLICO CON MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 2.625	$ 2.225	$ 2.650	$ 2.500	1500	$ 3.750.000
51	DISEÑO Y CONCEPTUALIZACION DE LA CAMPAÑA NO ADELANTES TU MUERTE	UNIDAD	$ 9.100.250	$ 10.838.500	$ 10.736.250	$ 10.225.000	1	$ 10.225.000
52	INTERVENCIONES DE SENCIBILIZACION LUDICO-PEDAGOGICAS EN SEMAFOROS Y PUNTOS ESTRATEGICOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 1.958.000	$ 2.332.000	$ 2.310.000	$ 2.200.000	32	$ 70.400.000
53	INTERVENCIONES BTL EN SEMAFOROS Y PUNTOS ESTRATEGICOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 1.691.000	$ 2.014.000	$ 1.995.000	$ 1.900.000	32	$ 60.800.000
54	DISEÑO Y PRODUCCION DE PLEGABLE PARA DIFUSION DE INFORMACION	UNIDAD	$ 1.068	$ 1.272	$ 1.260	$ 1.200	20000	$ 24.000.000
55	DISEÑO,PRODUCCION Y INSTALACION DE ADHESIVO LAMINADOPARA LOS PARADEROS DE BUSES	UNIDAD	$ 133.500	$ 159.000	$ 157.500	$ 150.000	100	$ 15.000.000
56	PRODUCCION DE CAPSULAS AUDIOVISUALES (DURACION DE 30 SEG A 1 MINUTO)	UNIDAD	$ 2.136.000	$ 2.544.000	$ 2.520.000	$ 2.400.000	3	$ 7.200.000
57	DISEÑO, PRODUCCION E INSTALACION DE MINIVALLAS EN HIERRO CON ADHESIVO EN LAS VEREDAS Y BARRIOS DEL MUNICIPIO	UNIDAD	$ 614.100	$ 731.400	$ 724.500	$ 690.000	20	$ 13.800.000
58	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA CARRO VALLA CON MENSAJE DE LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 258.100	$ 307.400	$ 304.500	$ 290.000	2	$ 580.000
59	CARRO VALLA CON IMAGEN DE LA CAMPAÑA Y AUDIO	UNIDAD	$ 311.500	$ 371.000	$ 367.500	$ 350.000	30	$ 10.500.000
60	JINGLE ALUSIVO A LA CAMPAÑA ENTRE 5 A 30 SEG	UNIDAD	$ 3.780.000	$ 3.816.000	$ 3.204.000	$ 3.600.000	1	$ 3.600.000
61	PRODUCCION E INSTALACION DE LONAS PARA VALLAS PETROLERAS	UNIDAD	$ 3.710.000	$ 3.675.000	$ 3.115.000	$ 3.500.000	2	$ 7.000.000
62	ALQUILER DE ESPACIOS VALLAS PETROLERAS	UNIDAD	$ 2.310.000	$ 1.958.000	$ 2.332.000	$ 2.200.000	2	$ 4.400.000
63	DISEÑO, PRODUCCION Y ENTREGA DE MANGAS PROTECTORAS PARA LOS BRAZOS CON MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 8.400	$ 7.120	$ 8.480	$ 8.000	1200	$ 9.600.000
64	DISEÑO Y ENTREGA DE TERMOS CON MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 12.600	$ 10.680	$ 12.720	$ 12.000	1200	$ 14.400.000

ÍTEM	DESCRIPCIÓN *(Ver detalle en ficha técnica publicada por la entidad)*	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido	COTIZACIÓN 3 Valor unitario IVA incluido	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
65	DISEÑO Y ENTREGA DE BANDANAS PARA HOMBRE Y MUJER CON MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 11.550	$ 9.790	$ 11.660	$ 11.000	1500	$ 16.500.000
66	DISEÑO Y ENTREGA DE CARTUCHERAS REFLECTIVAS PARA CELULAR CON MENSAJE ALUSIVO A LA CAMPAÑA	UNIDAD	$ 8.900	$ 10.600	$ 10.500	$ 10.000	1000	$ 10.000.000
67	DISEÑO Y EJECUCION DE TALLERES A LOS DOCENTES DIRECTIVOS, DOCENTES Y PADRES DE FAMILIA DE LAS 8 INSTITUCIONES EDUCATIVAS PUBLICAS DEL MUNICIPIO DE SABANETA.	UNIDAD	$ 720.800	$ 605.200	$ 714.000	$ 680.000	80	$ 54.400.000
68	DISEÑO, PRODUCCIÓN Y ENTREGA DE CARTILLAS PEDAGÓGICAS.	UNIDAD	$ 17.800	$ 21.200	$ 21.000	$ 20.000	1330	$ 26.600.000
69	DISEÑO, PRODUCCIÓN Y ENTREGA DE KIT DE MATERIAL DIDÁCTICO (PAPELERÍA DE LAS INTERVENCIONES).	UNIDAD	$ 57.750	$ 48.950	$ 58.300	$ 55.000	19	$ 1.045.000
70	ENTREGA DE COMPUTADORES PORTÁTILES PARA LA SECRETARÍA DE MOVILIDAD Y TRÁNSITO, CON TODA LA CONECTIVIDAD POR 3 MESES	UNIDAD	$ 1.272.000	$ 1.068.000	$ 1.260.000	$ 1.200.000	3	$ 3.600.000
							PRESUPUESTO REQUERIDO	$ 1.100.000.000

El presupuesto es de **MIL CIEN MILLONES PESOS M/CTE ($1.100.000.000) IVA INCLUIDO**

1.3 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN FINANCIERA DEL SECTOR

1.3.1 Análisis de bases de datos

De la base de datos 2020 de la Superintendencia de Sociedades – SIREM – se obtiene el siguiente análisis de indicadores financieros que permite establecer indicadores acertados y seguros para que el contratista asegure el cumplimiento de sus obligaciones financieras y que son acordes al comportamiento del mercado.

Se toma una muestra aleatoria de **135** empresas clasificadas con la actividad comercial relacionada con el objeto contractual para realizar un promedio aritmético entre sus indicadores.

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO
HUELLA CREATIVA S.A.	3,20	0,46	- 30,03	- 0,90	- 0,75
HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.	1,43	0,62	- 2,66	- 0,20	- 0,33
MEDIACOM S.A.S.	1,26	0,76	5,37	0,11	0,34
IMAGEN Y RELACIONES PUBLICAS SAS	1,26	0,77	- 5,06	- 0,08	- 0,27
MINDSHARE DE COLOMBIA SAS	1,34	0,68	6,58	0,27	0,58
WAVEMAKER COLOMBIA SAS	2,43	0,40	6,11	0,10	0,07
J&M COMUNICACIONES SAS	1,88	0,65	0,19	0,01	0,01
GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA S.A.S.	2,15	0,49	5,38	0,36	0,35
MARKETMEDIOS COMUNICACIONES S.A.S	1,85	0,39	- 6,71	- 0,25	- 0,16
ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA SAS	3,08	0,32	1,05	0,11	0,05
FOX CHANNELS COLOMBIA	2,40	0,39	9,17	0,25	0,16
PROXIMITY COLOMBIA SAS	2,64	0,35	6,79	0,82	0,43
MMS COMUNICACIONES COLOMBIA S.A.S	1,69	0,64	0,90	0,30	0,52
EFECTIMEDIOS SA	2,27	0,38	INDETERMINADO	- 0,12	- 0,07
SONOVISTA PUBLICIDAD SA	2,10	0,37	INDETERMINADO	0,66	0,39
OGILVY & MATHER COLOMBIA SAS	1,93	0,57	INDETERMINADO	0,19	0,25
SANCHO BBDO WORDWIDE INC S.A.S.	1,66	0,56	5,99	0,37	0,48
MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	1,37	0,70	0,72	0,01	0,03
SEÑOR LOPEZ SAS	2,78	0,35	INDETERMINADO	- 0,62	- 0,34
MULTISPONSOR SAS	1,15	0,86	4,63	0,22	1,31
UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA	1,43	0,66	- 0,48	- 0,02	- 0,03
PHD COLOMBIA S.A.S	1,38	0,70	9,55	0,16	0,38
GROUPM TRADING COLOMBIA S.A.S.	2,37	0,42	10,18	0,54	0,39
PUBLIMETRO COLOMBIA SAS	1,01	0,83	INDETERMINADO	- 0,28	- 1,34
CHEIL COLOMBIA	1,16	0,68	70,82	0,28	0,60
APEX TRADING SAS	1,51	0,66	15,01	0,23	0,44

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO
SISTOLE SAS	1,90	0,40	- 17,04	- 3,92	- 2,57
IPG MEDIABRANDS SA	0,89	0,93	- 4,91	- 0,08	- 0,96
KINESSO COLOMBIA S.A.S	0,93	0,76	66,97	0,32	1,03
CARVAJAL INFORMACION IMPRESA S.A.S	1,54	0,96	- 0,25	- 0,09	- 2,60
ZORB PUBLICIDAD S A S EN REORGANIZACION	1,23	0,82	INDETERMINADO	- 0,01	- 0,04
VALLAS Y PUBLICIDAD JAC SAS EN REORGANIZACION	2,11	0,46	INDETERMINADO	- 0,35	- 0,30
ESPACIO EN BLANCO PEAJES SAS	4,14	0,39	33,30	0,27	0,17
HIFERA S EN C	1,24	0,81	2,00	0,10	0,46
AYZ PUBLICIDAD SAS	4,89	0,13	27,00	1,28	0,19
SOLUCIONES Y SERVICIOS EMPRESARIALES AVANZAR SAS	0,31	0,91	INDETERMINADO	0,04	0,39
DRIDCO COLOMBIA SAS	2,73	0,37	- 0,63	- 0,04	- 0,02
BIOMARIN COLOMBIA LTDA	1,86	0,68	0,99	0,33	0,69
TROPICAL GROUP S.A.S	2,07	0,74	INDETERMINADO	- 0,40	- 1,12
ELEMENT DESIGN LTDA	6,13	0,16	INDETERMINADO	3,10	0,59
PUBLISEÑALES S A S	4,68	0,23	12,60	0,42	0,12
ON BRAND EXPERIENCE SAS	7,98	0,72	- 0,86	- 0,04	- 0,11
BERNAL ARQUITECTOS S.A.S.	4,37	0,30	INDETERMINADO	0,05	0,02
RONDA S.A.S.	1,03	0,96	- 0,63	- 0,09	- 1,92
SOCIEDAD DIGUELI LTDA EN ACUERDO DE REESTRUCTURACION	0,31	0,41	INDETERMINADO	- 0,10	- 0,07
EDITORIAL GLOBAL DE PUBLICACIONES S.A.	67,44	0,94	- 78,90	- 0,62	- 9,00
TOP PROMOTIONS S.A	2,75	0,24	INDETERMINADO	- 0,54	- 0,17
CENTRAL REGIONAL DE MEDIOS LTDA	3,73	0,64	INDETERMINADO	0,16	0,29
INVERSIONES GORSIRA Y CIA S. EN C X A	0,52	0,24	46,33	0,13	0,04
AMAZON WEB SERVICES COLOMBIA S A S	2,15	0,40	INDETERMINADO	- 0,15	- 0,10
PUBLICITV S.A.S.	0,61	0,89	0,48	0,02	0,18
ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO LTDA	1,79	0,52	3,23	0,27	0,29
OWAK SAS	0,75	0,86	1,13	0,04	0,22
COMARCA MARKETING ADVERTISING S A S EN REORGANIZACION	10,30	0,59	2,21	0,01	0,02
BURSON MARSTELLER COLOMBIA S A S	3,88	0,23	INDETERMINADO	1,07	0,32
FINDASENSE COLOMBIAS SAS	0,85	0,96	- 0,32	- 0,12	- 3,23
IPROSPECT COLOMBIA SAS	1,01	0,99	1,81	0,06	4,95
HEADWAY DIGITAL COLOMBIA SAS	1,14	0,87	INDETERMINADO	- 0,01	- 0,09
ICO MEDIOS SAS	1,12	0,91	- 0,54	- 0,02	- 0,20
INTERACTIVE MEDIA SAS	0,94	0,83	2,71	0,11	0,53
CARAT COLOMBIA SAS	0,98	0,97	0,61	0,08	2,27
CONTENIDOS EL REY SAS	1,24	0,83	32,05	0,43	2,16

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO
SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.	1,55	0,48	INDETERMINADO	0,27	0,25
HERCAS PUBLICIDAD EXTERIOR SAS	1,86	0,37	1,17	0,07	0,04
P&P MEDIOS SAS	1,37	0,72	2,20	0,06	0,14
INVERSIONES GABO SAS	1,45	0,62	1,64	0,08	0,14
LAZARD COLOMBIA SAS	1,76	0,49	INDETERMINADO	- 0,25	- 0,25
INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP LTDA	1,35	0,78	0,87	0,11	0,39
ABSTRAER ESTRATEGIAS S.A.S.	1,45	0,60	- 0,73	- 0,09	- 0,13
DOBLEFECTO SAS	3,61	0,48	2,31	0,28	0,26
WHISKEY FILM SAS	1,48	0,67	INDETERMINADO	0,05	0,10
GOOGLE COLOMBIA LIMITADA	1,58	0,60	0,62	0,02	0,02
METALVISUAL SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	0,82	0,97	- 17,70	- 0,10	- 3,68
MARCA REGISTRADA MR SAS	6,86	0,16	18,33	2,32	0,45
LA ESTACION PROMOCIONES Y ACTIVACIONES SAS	1,81	0,77	- 1,04	- 0,06	- 0,19
ARISTA DE COLOMBIA SAS	1,37	0,93	0,84	0,04	0,50
XP COLOMBIA S.A.S., EN REORGANIZACION	3,20	0,80	3,66	0,08	0,33
SQADRA TEAM SAS	0,60	0,80	INDETERMINADO	- 0,17	- 0,72
PCN PUBLICIDAD LTDA	3,15	0,30	24,65	1,19	0,52
ESPACIOS ALTERNOS SAS	1,94	0,40	INDETERMINADO	0,81	0,54
GRUPO NACIONAL DE MEDIOS S.A.	1,02	0,89	- 1,45	- 0,03	- 0,21
DOLMEN VISUAL SAS	0,69	0,57	0,83	0,06	0,07
MARCAS VITALES BMV SAS	1,91	0,51	6,13	0,21	0,22
VC MEDIOS COLOMBIA S.A	0,88	0,88	2,52	0,08	0,57
OPEN MIND LTDA	1,74	0,55	5,65	0,50	0,61
LAMUVI FILMS SAS	1,31	0,51	INDETERMINADO	0,18	0,19
EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA SAS	1,87	0,55	INDETERMINADO	- 0,05	- 0,06
MARKETING VALLAS SAS	6,83	0,06	15,64	1,10	0,07
PUBLIK TECNOLOGIAS INFORMACION COMUNICACIONES Y MEDIO AMBIENTE S AS EN REORGANIZACION	7,25	0,67	- 7,13	- 0,06	- 0,11
IDEAMOS PUBLICIDAD LTDA	1,59	0,41	5,13	0,30	0,21
RODRIGO SAMPER Y CIA SAS	5,76	0,25	4,34	0,16	0,05
MEDIOS PUBLICITARIOS PUBLIMEDIOS LTDA	68,34	0,73	0,99	0,02	0,05
ORGANIZACION PUBLICIDAD EXTERIOR SA	2,48	0,24	124,58	0,31	0,10
ASESORES LOPEZ Y COMPAÑIA S EN C	0,86	0,15	INDETERMINADO	0,08	0,01
DIREKTOR S.A.S.	2,43	0,31	INDETERMINADO	0,12	0,06
BRM S.A	1,58	0,76	2,99	0,16	0,50
EVOLUTION PLASTIC SAS	1,82	0,45	4,22	0,40	0,32
MASS DIGITAL SA	1,15	0,91	1,98	0,08	0,81

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO
MARKETING SERVICES DE COLOMBIA SAS	10,21	0,10	- 6,03	- 2,28	- 0,25
MARQUILLAS DE CALIDAD LIMITADA MC ACCESORIOS LTDA	2,30	0,39	- 2,58	- 0,10	- 0,06
E-MOTION ACTIVITY SAS	3,39	0,68	- 0,02	- 0,00	- 0,00
IDEANDINA SAS	1,31	0,33	1,25	0,06	0,03
INNERCIA S A	1,87	0,47	INDETERMINADO	0,03	0,03
OPTIMA TM SAS	7,04	0,40	INDETERMINADO	- 1,22	- 0,82
AD ORANGE SAS	3,13	0,24	3,09	1,59	0,49
B M B AGENCIA IMAGINATIVA LTDA EN REORGANIZACION	2,49	0,72	INDETERMINADO	0,11	0,30
RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA LTDA	2,37	0,35	0,04	0,00	0,00
CONSTRUCTORA DE MARCAS S.A.S	1,46	0,65	INDETERMINADO	0,17	0,31
IMAGINARIA FILMS SAS	2,31	0,25	INDETERMINADO	- 0,55	- 0,18
INTERA MARKETING LTDA	2,17	0,22	INDETERMINADO	0,19	0,05
CENTURY MEDIA SAS	1,45	0,54	INDETERMINADO	0,03	0,03
INTEGRA DISEÑO S.A.S.	3,31	0,21	- 0,78	- 0,08	- 0,02
PEOPLE MARKETING S.A.	1,51	0,65	1,19	0,10	0,19
CYCLELOGIC COLOMBIA LTDA	3,49	0,27	14,70	0,57	0,21
HAROLD ZEA & ASOCIADOS SAS	1,47	0,68	21,05	0,16	0,33
SILVA PUBLICIDAD S.A.S. EN REORGANIZACION	INDETERMINADO	0,79	INDETERMINADO	- 0,07	- 0,26
MBA SAS	2,13	0,42	2,73	0,30	0,22
STRAZA SAS	1,45	0,67	- 1,68	- 0,08	- 0,17
ESPACIO Y MERCADEO S.A.S	1,45	0,68	3,64	0,34	0,73
FEELING COMPANY SAS	3,28	0,38	11,86	0,76	0,47
SOCIEDAD INNOVACIONES GRAFICAS SAS	2,06	0,32	INDETERMINADO	0,54	0,25
METROVIA S.A.S. EN REORGANIZACION	0,79	0,74	- 0,23	- 0,12	- 0,33
METRO STUDIO S.A	1,18	0,79	5,06	0,30	1,11
INMOV S.A.S.	3,09	0,46	3,65	0,15	0,13
DAVILA P&M SAS	2,81	0,73	INDETERMINADO	- 0,07	- 0,20
EDITORA SURCOLOMBIANA SA	0,95	0,61	INDETERMINADO	- 0,36	- 0,56
MERCADEO ESTRATEGICO SAS	6,26	0,28	INDETERMINADO	0,24	0,10
RICARDO CHAMS Y CIA SIGNO 21 SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	2,28	0,78	3,47	0,18	0,62
JH HOYOS & ASOCIADOS SAS	1,43	0,59	INDETERMINADO	0,03	0,04
VISION & MARKETING SAS	1,16	0,81	4,01	0,15	0,66
PUNTOMERCA MERCHANDISING S.A.	2,98	0,44	1,61	0,14	0,11
CERON RESTREPO CIA SAS.	44,32	0,11	INDETERMINADO	0,06	0,01
SERVIMEDIOS SAS	1,17	0,65	INDETERMINADO	0,07	0,13
LOGROS PUBLICITARIOS S.A.S	1,04	0,88	1,89	0,12	0,84

Razón social de la sociedad	LIQUIDEZ	ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO
AMARAL DISEÑO SAS	6,91	0,14	3,73	0,07	0,01
PROMEDIO	3,62	0,57	5,51	0,10	0,02

1.3.2 Análisis estadístico al índice de endeudamiento

Análisis estadístico por medio de la técnica de tallo y hoja con los datos en el punto anterior.

PROMEDIO PONDERADO ENDEUDAMIENTO 50%	
58% de datos por encima del 50%	58%
48% de datos por encima del 60%	48%
33% de datos por encima del 70%	33%
20% de datos por encima del 80%	20%
9% de datos por encima del 90%	9%

El análisis de tallo y hoja permite concluir un promedio ponderado de 50**%** en el índice de endeudamiento

En conclusión se pueden fijar los siguientes indicadores financieros para el presente proceso contractual:

CAPACIDAD FINANCIERA	**ÍNDICE DE LIQUIDEZ** *Activo corriente sobre pasivo corriente*	**Igual o superior a tres (3)**
	ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO *Pasivo total sobre activo total*	**Menor o igual a cincuenta (50%)**
	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES *Utilidad Operacional / Gastos de Intereses*	**Igual o superior a cinco (5) o Indeterminado**
	CAPITAL DE TRABAJO *Activo Corriente menos Pasivo Corriente*	**Cero punto cinco (0.5) veces el presupuesto oficial**

CAPACIDAD DE ORGANIZACIÓN	**RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO** *Utilidad Operacional / Patrimonio*	**Mayor o igual a cero punto cero dos (0.02)**
	RENTABILIDAD DEL ACTIVO *Utilidad Operacional / Activo Total*	**Mayor o igual a cero punto diez (0.10)**

Elaboró		
Nombre	Catalina Gómez	*(Firmado digitalmente a través de SECOP II)*
Fecha de elaboración	22 de marzo de 2022	