| telemedellín aquí te ves | JUSTIFICACIÓN CONTRATACIÓN |
|---|---|

**FECHA: 22/01/2019**

**JUSTIFICACIÓN, CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD:**

"TELEMEDELLIN como operador público de televisión local, tiene como objeto principal la prestación del servicio de televisión, en el área de cubrimiento autorizado, mediante la programación, administración y operación del canal o canales a su cargo, al igual que la prestación de los servicios de telecomunicaciones y aplicaciones que permitan la convergencia digital.

Como prestador y operador del servicio público de televisión, dará cumplimiento a los fines y principios del servicio, contemplados en el artículo segundo de la ley 182 de 1995, promoviendo la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de los habitantes de Medellín y el Área Metropolitana.

Es así como dentro las actividades propias de su objeto contempla la realización, producción, grabación, emisión, posproducción, fijación, copiado, transmisión, retransmisión, impresión, intermediación para el manejo o administración de planes de medios, agencia publicitaria, investigación, comercialización y todas las demás relacionadas con mensajes comerciales y piezas publicitarias para televisión y cualquier otro medio o formato propio de dicha actividad.

Así, en procura de optimizar los recursos de los diferentes clientes de la Agencia & Central de Medios, ésta coadyuva en el cumplimiento de las necesidades de estrategias, investigaciones y/o el desarrollo de campañas institucionales de acuerdo con las necesidades de las diferentes personas naturales o jurídicas contratantes de los servicios ofrecidos por esta dirección.

En cumplimiento de lo anterior, la Agencia y Central de Medios de Telemedellín planifica y ejecuta estrategias de comunicación comercial, en: medios masivos tradicionales ATL, medios masivos directos no tradicionales BTL, mercadeo directo y promocional, producción, planificación, ordenación y comercialización de medios masivos y directos, servicios de noticias y publicidad, colocación y cumplimiento de medios, publicidad exterior, activaciones de marca, branding, diseño artístico, entre otros.

Con fundamento en lo antes anotado y toda vez que el canal no cuenta con el equipo humano y técnico suficiente para dar cumplimiento a todos los requerimientos por parte de los clientes y conforme lo estima el Manual de Contratación de la Entidad.

Con el fin de cumplir las actividades propias de su objeto, Telemedellín requiere la contratación de POSADA MARTÍNEZ ALBEIRO DE JESÚS para emisión de pauta publicitaria en el programa Alerta Ciudadana. Albeiro de Jesús Posada y su programa de radio Alerta Ciudadana. este medio radial abarca temas noticiosos, políticos, actualidad musical y del interés del público en general, es un espacio ameno para escuchar en familia por su gran variedad de programación, su buena disposición y reconocimiento en Medellín y Antioquia, bajo el modelo de magazín informativo lleva al aire durante 12 años continuos de emisión en diferentes emisoras como la farra 102.3fm, Radio Súper Medellín 710 am, este programa está orientado para públicos entre los 18 y 50 años, en los estratos 1,2,3 y 4, es presentado por dos de los personajes más iconos y representativos de la radio de Antioquia, Donnie Miranda y Albeiro Posada que hacen de este un agradable y atractivo espacio de radio hablada. POSADA MARTÍNEZ ALBEIRO DE JESÚS este medio cumple los objetivos comunicacionales para dar de cada una de las campañas publicitarias, por lo tanto, cumple con los requerimientos para suplir la necesidad de Telemedellín.

El valor se establece teniendo en cuenta el histórico de ejecución en el medio durante 2018, además de la cantidad actual de clientes que han contratado a Telemedellín como su central de medios durante esta vigencia. Teniendo en cuenta que aún no se cuenta con los mismos clientes del año anterior, se decide que el contrato corresponda al 70% de la ejecución de 2018. La fecha de terminación del contrato será en el mes de junio, periodo en el que se hará una revisión de la ejecución y de acuerdo a las solicitudes de pauta en el medio realizadas por los clientes, se estudiara la pertinencia de prorrogar el contrato.

La pauta se emitirá de acuerdo a órdenes de servicio enviadas por Telemedellín en las cuales se indicarán las condiciones en las que deberá ejecutarse. Los pagos se harán posterior a la emisión de la pauta, y soportados con evidencias, lo que permite disminuir el riesgo de pérdida de los recursos.

**OBJETO:**

Emisión de pauta publicitaria en el programa Alerta Ciudadana.

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL OBJETO:**

"Telemedellin requiere que se presten los siguientes servicios:

* Emisión de cuñas de diferentes duraciones.

* Realización de menciones en vivo, patrocinios de sección, patrocinio de presentación y despedida, nota patrocinada de índole informativa, nota de contenido publicitario, concursos con productos y cualquier otro formato publicitario que se encuentre en el medio.

* Emisión de microprogramas en cortes comerciales u otras ubicaciones.

* Realización y emisión de publientrevistas y formatos similares.

Los ítems descritos, son una referencia de los principales servicios que requiere Telemedellín, pero podrá solicitarse la

prestación de otros servicios que guarden relación con el objeto.

**OBLIGACIONES CONTRACTUALES:**

"1. Emitir la pauta publicitaria, cumpliendo con todas las especificaciones de la orden de servicio, expedida por Telemedellín.
2. Estar en comunicación constante con Telemedellín, informando cualquier inconveniente con la emisión de la pauta.
3. La pauta debe ser emitida en el programa ALERTA CIUDAD
4. Informar los cambios que lleguen a presentarse como:
* Nombre del programa
* Cambio de dial
* Cambios de horarios o de días de emisión
* La NO emisión de la pauta.
NO se puede emitir la pauta si tiene algunos de los cambios antes mencionados y deben informar al ejecutivo la novedad, para que organice la orden y puedan autorizar dicho cambio.
5. Al presentar el documento equivalente a factura, debe cumplir con los siguientes requisitos:
* Entregar certificado de emisión de pauta expedido por la respectiva cadena radial
* Entregar copia de la orden de servicio.
* Entregar CD de las transmisiones realizadas donde se emite la pauta, según la orden de servicio. Este debe informar el minuto exacto en el cual se pasó la pauta de lo contrario la factura será anulada y la deberán facturar de nuevo.
* Entregar certificación de Paz y Salvo parafiscales 40% del valor a cobrar (planilla pagada, en el caso de los pensionados colilla de pago de la mesada.). En caso de ser necesario se debe realizar reajuste de seguridad social
*Todos los documentos y soportes deben ser legibles para poder ser entregados al área de Archivo, si estos no cumplen con lo anteriormente mencionado no serán recibidos.
* Al momento de entregar estos documentos al área de archivo deben entregar dos juegos, esto con el fin que se puedan llevar uno con el radicado para poder que escaneen y publiquen la factura en SECOP II
6. Cumplir con todos los requerimientos que realice el supervisor del contrato, para la verificación y cumplimiento del mismo.
7. El valor de la factura debe de ser igual al de la orden de servicio; de lo contrario dicha factura será anulada y deberán volver a facturar
8. Desde el momento en que se realizada la supervisión y encontrarse novedades en la factura o en sus soportes, estos se devolverán y tendrán que volver a facturar.
9. La adulteración de algún documento entregado será causal para realizar denuncia ante las autoridades competentes
10. En caso de No ser facturada una orden de servicio en el transcurso de dos (2) meses después de haber terminado la emisión de dicha pauta, se entenderá como no emitida y no se hará el pago de esta.
11. Si la pauta es para emitirse en el mes de diciembre, deberá facturar en el mismo mes, de no hacerse se procederá a su anulación.
12. El proveedor debe publicar su documento equivalente a factura, pago de seguridad social, Orden de servicio en un solo PDF a la plataforma SECOP II y esto lo deben realizar por cada una de las órdenes entregadas. Si el proveedor no publica estos documentos estos se devolverán y tendrán que facturar en el mes siguiente.

**ELEMENTOS DESCRIPTIVOS DEL OBJETO:**

a. **CONTRATISTA:** POSADA MARTÍNEZ ALBEIRO DE JESÚS
b. **IDENTIFICACIÓN:** 71.600.438-5
c. **REPRESENTANTE LEGAL:**
d. **IDENTIFICACIÓN REPRESENTANTE LEGAL:**
e. **VALOR O PRESUPUESTO:** $ 22.500.000
f. **PLAZO DE EJECUCIÓN:** 130 días, sin exceder el 30 de Junio del 2019
g. **FECHA DE INICIO:** 07/02/2019
h. **FECHA DE TERMINACION:** 17/06/2019
i. **LUGAR DE EJECUCION:** Medellín, Antioquia.
j. **SUPERVISOR:** ARBELAEZ MEDINA MARIA CLARA
k. **SUPERVISIÓN:** Al supervisor le corresponderá la coordinación, vigilancia y control de la ejecución del objeto contratado, y para ello deberá dejar los informes de seguimiento que considere pertinentes.
l. **FORMA DE PAGO:** Pago Único ☐ Pago Parcial ☑ Canje ☐ Canje y Efectivo ☐

El plazo para pago será el determinado dentro de la invitación o pliego de condiciones, conforme a las directrices de la Dirección Administrativa y Financiera del Canal.

**REQUISITOS Y CONTENIDOS DE LA COTIZACIÓN:**

- Cotización.
- Certificado de Existencia y Representación Legal.
- Cuando lo requiera autorización de la junta o Asamblea de socios.
- Copia del documento de identidad del Representante Legal.
- Registro Único Tributario (RUT)

- Certificado de pago de parafiscales y aportes a la seguridad social de los empleados.
- Certificado de contraloría, procuraduría y antecedentes judiciales.
- **Documentos adicionales**

**VEEDURÍAS CIUDADANAS Y MIPYMES:**

Telemedellín invita a las veedurías ciudadanas para realizar el control social al presente proceso de contratación, para lo cual suministrará la información y documentación requerida, en la Secretaría General de Telemedellín, y en el Sistema Electrónico de Contratación Pública (SECOP) a través del Portal Único de Contratación.

**FUNDAMENTOS JURÍDICOS:**

Serán aplicables al presente proceso de contratación las normas de derecho privado de **conformidad** con lo establecido en el artículo 38 de la Ley 80 de 1993 derogado en lo que no sea contrario por el artículo 73 de ley 1341, artículo 55 de la Ley 1341 de 2009, norma que resulta aplicable de conformidad con lo establecido en artículo 1° Inc. 2 de la Ley 182 de 1995, donde de manera expresa se señala que la televisión "Técnicamente, es un servicio de telecomunicaciones que ofrece programación dirigida al público en general o a una parte de él, que consiste en la emisión, transmisión, difusión, distribución, radiación y recepción de señales de audio y video en forma simultánea"; los principios de la Función Pública consagrados en el artículo 209 de la Constitución Nacional, el Régimen de inhabilidades o incompatibilidades, conflicto de intereses o impedimento, señaladas en la Constitución, la Ley, el Manual de Contratación de Telemedellín y normas concordantes, lo cual hace parte integral para todos los efectos legales de la presente solicitud directa de cotización y del contrato que se celebre con el proponente a quien se le adjudique la compra.

**ANALISIS DE RIESGOS:**

El Estudio de Riesgos busca tipificar estimar, y asignar los riesgos previsibles involucrados en las diferentes etapas del proceso de contratación, las implicaciones económicas de los mismos y su mecanismo de cobertura. Las garantías consistirán en pólizas expedidas por compañías de seguros legalmente autorizadas para funcionar en Colombia, en garantías bancarias y en general, en los demás mecanismos de cobertura del riesgo autorizados.
**No se requiere:** Para el presente proceso de contratación, en razón a la naturaleza, cuantía y forma de pago no se estima riesgo que deba cubrirse mediante garantía

**ESTUDIO DEL MERCADO**

ANEXO

**FACTORES DE SELECCIÓN:**

**RÉGIMEN ESPECIAL**

**Cuantía o Procedimiento:**
Con una sola propuesta
**Causales jurídicas de contratación:**
De conformidad con el numeral 4.8.4. del Manual de Contratación de Telemedellín el procedimiento de selección se hará por Contratación con una sola propuesta, teniendo en cuenta:
Contratos de comercialización; mercadeo, agencia y planes de medios publicitario
**Aspectos a Calificar u evaluar**
Experiencia en emisión de pauta en medio radial
**Valor Adjudicación**

Por el valor total del presupuesto ☑ Valor cotizado ☐

**ACUERDOS COMERCIALES:**

Debe analizarse a partir de la cuantía media, no aplica para cuantía inferior ni contratación con una sola propuesta.

ARBELAEZ MEDINA MARIA CLARA

## ESTUDIO DEL SECTOR

### Generalidades y estudio de la oferta

"El servicio público de radiodifusión sonora es prestado en Colombia a través de 1.596 emisoras, que emiten su programación haciendo uso del espectro radioeléctrico en las bandas de AM y FM, bajo la autorización del MinTIC. De ese total, 1.243 son emisoras FM y 353 son AM.

Según su orientación, en nuestro país la radio se divide en: comercial, comunitaria y de interés público; y es el medio de comunicación con mayor penetración territorial. Según datos de la Subdirección de Radiodifusión Sonora del MinTIC, 1.083 municipios cuentan con la sintonía de al menos una emisora radial, y 48,3 millones de colombianos (correspondientes al 99,1% de la población nacional) pueden escuchar radio.

En el país existen 667 emisoras comerciales, cuya programación busca satisfacer las necesidad y gustos de entretenimiento de los colombianos; 626 emisoras comunitarias, con contenidos que relatan historias y tradiciones de la zona donde operan, con la característica de tener una alta participación de todos los sectores poblacionales; y 303 emisoras de interés público, consideradas como el canal de comunicación radial del Estado para acercarse a los ciudadanos, con programas educativos y culturales, con un énfasis en la defensa de los derechos constitucionales y la protección del patrimonio cultural y natural de la Nación"[1]

En el mercado local existen varias emisoras de AM, las más reconocidas son: Ondas de la Montaña, Cadena Radial Autentica, La voz del Rio Grande, Q hubo radio, Munera Eastman, Antena Dos, La Voz de la nostalgia, Radio Red, Emisora Claridad y La voz de la raza, entre otras. Las 10 emisoras más escuchadas en Medellín según el Estudio General de Medios (EGM) son las siguientes:

---

1 En el 'Día Mundial de la Radio', MinTIC felicita a las 1.596 emisoras del país. Tomado el 20 de diciembre de 2017 de www. mintic.gov.co/portal/604/w3-article-48061.html

| Posición | Emisora | Oyentes |
|---|---|---|
| 1 | 0471-Q'HUBO RADIO (MEDELLÍN) | 63.100 |
| 2 | 0402-RCN LA RADIO (MEDELLÍN) | 61.900 |
| 3 | 0401-CARACOL RADIO (MEDELLÍN) | 56.900 |
| 4 | 0409-MUNERA EASTMAN RADIO (MEDELLÍN) | 48.000 |
| 5 | 0420-LA CARIÑOSA RADIO PAISA (MEDELLÍN) | 32.500 |
| 6 | 0403-LA VOZ DE LA NOSTALGIA 1080 (MEDELLÍN) | 23.100 |
| 7 | 0440-VIDA AM (MEDELLÍN) | 19.900 |
| 8 | 0424-RADIO BOLIVARIANA AM (MEDELLÍN) | 18.300 |
| 9 | 0442-SANTA MARÍA DE LA PAZ (MEDELLÍN) | 16.700 |
| 10 | 0408-ANTENA 2 (MEDELLÍN) | 8.400 |

En las emisoras de AM se encuentra gran oferta de programas radiales los cuales tratan diferentes temas de interés general: Política, Orden público, Economía, Cultura, Educación y Deportes, dichos programas son dirigidos en su gran mayoría por periodistas independientes, los cuales alquilan espacios en estas emisoras y se caracterizan porque sus contenidos no obedecen las directrices de grandes cadenas radiales. Algunos periodistas han migrado con sus programas a emisoras web, aunque son muy pocos comparados los que aún están en emisoras tradicionales.

## Contexto Económico

Por normatividad y de acuerdo a diferentes factores como: la banda a la que pertenecen (AM/FM), su ubicación en el dial y la potencia de sus equipos, hay emisoras que tienen mayor alcance que otras. A nivel publicitario, este aspecto cobra gran importancia pues es fundamental reconocer cuales emisoras cubren determinados territorios que se quieren abarcar. La radio sobresale como un medio fundamental para hacer llegar los mensajes a diferentes públicos objetivo, solo en el primer semestre de 2017, En Colombia tuvo ingresos por concepto de inversión publicitaria cercano a los $ 238.228 millones[2], lo cual representa un incremento del 1,6% comparado el mismo periodo de 2016.

2 Estudio de Inversión Publicitaria Neta 2° Trimestre y 1° Semestre de 2017. Tomado el 20 de diciembre de 2017 de: www.asomedios.com/estudios/

En cuanto a los precios que manejan para la pauta publicitaria, las tarifas de los programas de AM suelen ser más bajos que los programas de emisoras de FM, con excepción de los programas que por su posicionamiento y tradición tienen una cantidad de oyentes representativa, a continuación se hace un comparativo de precios de una cuña de 30 seg, cabe indicar que por su capacidad instalada no suelen ofrecer el servicio de remotos:

| Programa | Valor cuña 30 seg | |
|---|---|---|
| Programa 1 | 75.000 | Valor promedio del mercado $ 69.197 |
| Programa 2 | 58.300 | |
| Programa 3 | 36.886 | |
| Programa 4 | 86.363 | |
| Programa 5 | 63.636 | |
| Programa 6 | 95.000 | |

En la radio, las menciones en vivo suelen tener un incremento entre el 20% y el 30%, comparado las cuñas de la misma duración, cuando una cuña tiene una duración inferior o superior a 30 seg puede disminuirse o aumentarse el valor a cancelar dependiendo la diferencia (Tomando como referencia el valor de una cuña de 30 seg), sin embargo se acostumbra con este tipo de medios establecer un valor fijo para emisión de cualquier cuña. En las emisoras web, las tarifas suelen ser iguales o más bajas que las tarifas de AM.

Algunas emisoras alquilan franjas en sus parrillas para emisión de programas de terceros, esta modalidad es común en emisoras de AM, pero no tanto en las FM, dichos valores pueden variar de acuerdo a los horarios que se soliciten, el alcance de cada una de las emisoras y el tiempo en que se va alquilar el espacio.

Dependiendo a la reputación comercial que pueda tener el comprador, los medios en algunos casos solicitan el pago anticipado de la pauta, sin embargo si se han realizado transacciones durante un tiempo, se acuerdan plazos entre las partes para hacer el pago posterior a la emisión, reduciendo el riesgo para el comprador que pueda perder su dinero.

## Entorno Económico:

Según la lectura que hacen diferentes analistas económicos sobre la situación económica del país, el 2019 será un año de recuperación, después de un 2017 de infortunados resultados y un 2018 de una pequeña mejoría. El cambio estará estimulado por el crecimiento en el consumo de los hogares y el buen desempeño que pueden tener sectores de la economía como la agricultura, el minero energético y la construcción. A continuación se hace un resumen de las proyecciones económicas de 2019 para Colombia tomando información de presentaciones de los grupos de investigaciones económicas de Bancolombia, Corficolombiana y el Fondo Monetario Internacional.

### PIB

El desempeño del Producto Interno Bruto (PIB) durante los primeros nueve meses del año demuestra que la economía colombiana se ha venido recuperando, luego de un 2017 de pobres resultados.

En el primer trimestre de 2018, el PIB aumentó 2,2%; en el segundo, un 2,8%, y para el tercer trimestre se prevé un incremento entre el 2,8% y el 2,9%. No obstante, este desempeño también refleja un crecimiento muy lento de la economía, por lo que para 2019 se espera un comportamiento del PIB muy similar.

"Si comparamos estos resultados con los del año pasado, cuando se presentó un registro del 1,8%, las cifras actuales son mucho más positivas, sin embargo nos parece importante poner una nota al pie de esa recuperación y es que está siendo muy gradual. Creo que en esa misma línea vamos a proyectar 2019, como un año de recuperación y de consolidación, pero también como un año en el que no hay que hacer cuentas alegres", sostiene Juan Pablo Espinosa, gerente de Investigaciones Económicas de Bancolombia.

De ahí que se estime un crecimiento del 3,2% para 2019, lo que significa que la economía colombiana subirá un escalón más en su proceso de recuperación.

En las proyecciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) se estima que en Colombia el Producto Interno Bruto (PIB) para 2019 crecerá cerca de 3.3%. Para Corficolombiana se espera que la aceleración del crecimiento esté en un rango entre 3.0% y 3.4% en 2019, con 3.2% como escenario más probable

**Inflación**

Según las proyecciones de Bancolombia, la inflación de 2018 se situará en un 3,4%, es decir que será inferior a la de 2017. Esto significará el cumplimiento de la meta fiscal impuesta por el Banco de la República que está en un rango entre el 2% y el 4%.

Para 2019, se espera que este indicador esté alrededor del 3,1%, es decir, que haya una corrección adicional en los niveles de inflación. "Al margen de unos riesgos puntuales que existirían por el tema del Fenómeno del Niño, que podría tener alguna incidencia sobre los precios, vemos un panorama despejado para el próximo año", afirma el Gerente de Investigaciones Económicas de Bancolombia.

Por otra parte Corficolombiana, en sus proyecciones espera una leve tendencia al alza en 2019 y que cierre el año en 3.8%, desde 3.3% al cierre de 2018, impulsada principalmente por choques de oferta y una eventual ocurrencia del Fenómeno del Niño

**Tasa de interés**

Todo parece indicar que el Banco de la República no hará movimientos en la tasa de interés hasta marzo del próximo año, por lo que permanecería estable en 4,25%. Para 2019, se prevé dos incrementos de esa tasa de referencia, hasta alcanzar 4,75%, debido a la tendencia de recuperación que está viviendo la economía colombiana.

Según el experto, ese incremento también irá acorde con el desempeño y las decisiones que tomen otras economías del mundo, principalmente la de EE.UU., que es una de las referencias más importantes para Colombia y cuyo incremento de las tasas de interés por parte de la Reserva Federal, casi que se da por descontado.

"Lo que vemos en ese panorama para Colombia es un incremento en las tasas de interés, pero sobre unos niveles muy moderados, porque al final del día la economía no va a requerir de ninguna manera un ajuste o apretón de tipo monetario que pueda poner en riesgo algún sector o que implique una amenaza para nuestros clientes", asegura Espinosa.

## Sector publicidad

La publicidad es un sector de gran importancia para la economía nacional, se estima que en 2016 este sector facturó cerca de 6.7 billones de pesos y generó más de 33 mil empleos en todo el país. A continuación se hace ranking de los ingresos de cada uno de los subsectores y su variación comparado 2015:

RANKING POR SECTOR

| No. | Sector | Ingresos operacionales 2016 | Ingresos operacionales 2015 | Participación 2016 (%) | Utilidad operacional 2016 | Utilidad operacional 2015 | Utilidad neta 2016 | Utilidad neta 2015 | Patrimonio 2016 | Retorno a inversionistas ROE (%) | Rentabilidad 2016 (%) | Rentabilidad 2015 (%) | Número de empleados 2016 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Radio y televisión | 2.233.927.961 | 2.206.430.836 | 33,00 | 165.664.963 | 266.109.348 | 99.520.468 | 103.857.645 | 2.075.900.704 | 4,80 | 4,46 | 4,76 | 7.362 |
| 2 | Medios impresos | 1.081.878.514 | 1.307.815.696 | 16,00 | -26.955.510 | -24.785.957 | -54.866.316 | 41.019.231 | 550.306.642 | -9,10 | -5,07 | 3,14 | 6.628 |
| 3 | Agencias | 959.621.143 | 859.728.969 | 14,00 | 116.022.312 | 83.071.393 | 53.949.088 | 61.602.006 | 346.120.289 | 17,32 | 6,25 | 5,07 | 7.033 |
| 4 | Promoción y activación | 597.353.677 | 502.335.765 | 9,00 | 48.859.171 | 46.609.453 | 17.030.566 | 24.123.761 | 155.378.064 | 14,76 | 2,85 | 4,29 | 4.177 |
| 5 | Producción audiovisual | 495.349.533 | 335.418.034 | 7,00 | 35.628.130 | 18.417.127 | 13.358.643 | 10.232.539 | 172.457.256 | 2,76 | 2,70 | -13,37 | 923 |
| 6 | Agencia de medios | 401.978.470 | 349.666.169 | 6,00 | 49.561.760 | 33.752.428 | 25.263.241 | 19.579.263 | 227.502.397 | 8,67 | 6,49 | 2,61 | 3.382 |
| 7 | Publicidad OOH (Out of Home) | 372.800.000 | 251.144.569 | 6,00 | 35.787.613 | 32.353.232 | 19.393.560 | 23.824.959 | 162.744.087 | 11,92 | 5,20 | 9,49 | 1.312 |
| 8 | Investigación | 342.512.136 | 348.703.937 | 5,00 | 38.919.204 | 53.674.537 | 16.579.519 | 29.435.068 | 109.050.520 | 15,19 | 4,84 | 8,44 | 3.446 |
| 9 | Medios digitales | 153.145.135 | 59.030.109 | 3,00 | 8.582.241 | -1.434.489 | -16.865.961 | -6.635.200 | 19.323.525 | -87,28 | 8,96 | 6,74 | 809 |
| 10 | Relaciones públicas | 68.928.459 | 51.793.645 | 1,00 | 9.181.932 | 5.590.357 | 4.604.571 | 2.465.141 | 23.525.760 | 19,57 | 6,68 | 4,76 | 449 |
| | Total | 6.746.415.649 | 6.871.869.108 | 100 | 494.710.225 | 565.049.349 | 165.849.210 | 297.624.916 | 3.842.539.445 | 4,82 | 2,74 | 4,33 | 33.689 |

*Cifras en miles de pesos. Fuente: Superintendencia de Sociedades, ROE: Retorno sobre el Patrimonio (Utilidad neta / Patrimonio) y para el número de empleados: Cálculos propios con información de Cifras & Conceptos. Participación: Ingresos operacionales propios sobre el total de ingresos operacionales del sector. Utilidad Operacional: positiva o negativa, resultante de la operación de las empresas analizadas. Utilidad Neta: positiva o negativa, resultante de la operación de las empresas analizadas menos la provisión de impuestos. ROE: Retorno sobre el Patrimonio: Utilidad neta / Patrimonio. Rentabilidad: relación entre la utilidad y los ingresos operacionales. Empleados: número de personas que laboran en la empresa.

Según el Ranking, los sectores que mostraron mayor crecimiento en cuanto a ingresos operacionales son el de Radio y Televisión que obtuvo un total de $2.233.927.961, los medios impresos, que aunque obtuvieron una baja rentabilidad, ocuparon el segundo lugar de la clasificación con un total de $1.081.878.514 . Las agencias obtuvieron un total de $959.621.143. Según en Dane, la creación publicitaria de Colombia crece anualmente, en promedio, un 8,9%.

Teniendo en cuenta el comportamiento que ha tenido en los últimos años la inversión en medios digitales, se estima que en 2018 pudo haber superado la inversión que se hizo en radio.

Para 2019 se prevé un aumento en la inversión en publicidad por parte de las administraciones de los diferentes municipios y gobernaciones del país, por cuenta de su último año de administración. Cabe indicar que históricamente el grueso de la inversión pública, entre un 50% y un 60%, corre a cargo de los municipios.[1]

[1] El sector publicitario colombiano facturó 6.7 billones y emplea cerca de 33 mil personas. Tomado el 26 de diciembre de: www.revistapym.com.co/sector-publicitario-colombiano-facturo-6-7-billones-emplea-cerca-33-mil-personas

Cibergarfia:

Proyecciones económicas de Colombia para 2019. Tomado el 26 de diciembre de: https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/perspectivas-economicas/proyecciones-economicas-colombia-2019

RESUMEN DE PROYECCIONES 2019: ¡ATENCIÓN AL VOLANTE!. Tomado el 26 de diciembre de https://www.corficolombiana.com/wps/wcm/connect/corficolombiana/a64f9f12-a420-4949-83c8-235e9a1e6393/EES171218.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=a64f9f12-a420-4949-83c8-235e9a1e6393