ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Instituto Distrital de Turismo

ANEXO

ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

OBJETO: "(COD. 715) FABRICAR Y/O SUMINISTRAR E INSTALAR DOTACIONES CULTURALES TURISTICAS, DEL PARQUE ARQUEOLÓGICO DE LA HACIENDA EL CARMEN EN LA LOCALIDAD DE USME, BOGOTÁ D.C.".

OCTUBRE, 2022

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

Introducción 4
Justificación 5
Análisis del Sector Económico 7
Análisis de la Oferta 13
Impactos en la variación de precios 14
Índice de precio al consumidor – IPC 15
Crecimiento del Sector - Comunicación Gráfica 16
Crecimiento del Sector - Comunicación Gráfica por departamentos a nivel nacional 17
La publicidad y el Crecimiento Económico en Colombia 18
La industria de la comunicación gráfica en Bogotá 18
Análisis de la Oferta 20
Identificación de proveedores 21
Análisis de la Demanda 22
Cobijado por un Acuerdo Comercial. 25
Clasificación UNSPSC 26
Índice Capacidad Financiera y Organizacional, Comportamiento de los índices del sector 27
Muestra 151 empresas. Criterios recomendados. 31
Definición de indicadores de capacidad financiera 34
Índice de endeudamiento 34
Razón de cobertura de intereses 34
Capital de trabajo 34
Definición de indicadores de Capacidad organizacional 34
Rentabilidad del patrimonio 35
Rentabilidad del activo 35
Análisis de los valores máximos y mínimos de los indicadores definidos 35
Criterios para la fijación de los límites de los indicadores. 35
Análisis de los indicadores de capacidad financiera exigidos 36
Referencias 37

Introducción

De conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, es deber de las entidades elaborar como parte de las etapas precontractuales, un análisis para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional y técnica para lo cual se realiza el presente documento, el cual soportar la contratación para FABRICAR Y/O SUMINISTRAR E INSTALAR DOTACIONALES CULTURALES TURISTICOS DEL PARQUE ARQUEOLÓGICO DE LA HACIENDA EL CARMEN EN LA LOCALIDAD DE USME, BOGOTÁ D.C", financiado con recursos del proyecto de inversión Proyecto de Inversión 7649 - Consolidación de los patrimonios, como referente de ordenamiento territorial en la ciudad de Bogotá.

El Instituto Distrital de Patrimonio - IDPC es la entidad encargada de promover procesos de investigación, valoración, activación, salvaguardia, recuperación y divulgación del patrimonio cultural, material, inmaterial, natural y arqueológico, desde una perspectiva integral en la que el patrimonio se convierte en determinante del ordenamiento territorial, fortalece los vínculos sociales y cotidianos y contribuye al reconocimiento de Bogotá como una sociedad diversa y plural.

El presente documento hace parte de los soportes del proceso de contratación, a partir del análisis del contexto general de la rama de la economía en el cual se encuentra las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado, Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo, su comportamiento a nivel nacional y local, su participación en el Producto Interno Bruto nacional y local y demás aspectos desde el punto de vista económico, técnico. De igual forma, se realizará un análisis de la demanda, revisando las condiciones en que se han venido desarrollando los procesos en otras entidades vinculadas a la industria del subsector de la comunicación gráfica. Adicionalmente, se analizará la oferta, identificando las empresas, asociaciones, firmas, compañías y sociedades que desarrollan y prestan el servicio de diseño y comunicación gráficos que por su capacidad y experiencia podrían entrar a participar en los procesos de contratación.

En cuanto a la capacidad financiera y organizacional del sector se analizará teniendo en cuenta su comportamiento de los estados financieros en las últimas vigencias a empresas del sector o similares, por lo menos, con los indicadores citados en el decreto 1082 de 2015 y que son reportados en el Registro Único de Proponentes, de acuerdo con la información publicada en las bases de datos de la Superintendencia de Sociedades por Sector.

El objeto del proceso de selección se enmarca dentro de la Industria del subsector de la comunicación gráfica que hoy se ha constituido en una parte muy importante ya que sin él no existiría la imagen del producto o servicio que se quiere dar a conocer. En este sentido, se procede a realizar el estudio del sector como parte del proceso de contratación. De otro lado, una vez verificada y revisada la plataforma Colombia Compra Eficiente, no se encontró Acuerdo Marco

que cubra la necesidad total de la elaboración e instalación que se describe en el presente requerimiento técnico, por lo que se sugiere continuar con proceso de selección, tal como se dispuso en el Plan Anual de Adquisiciones Vigencia 2022.

Justificación

El Instituto Distrital de Patrimonio fue creado mediante Acuerdo Distrital 257 de 2006, "Por el cual se dictan normas básicas sobre la estructura, organización y funcionamiento de los organismos y de las entidades de Bogotá, Distrito Capital, y se expiden otras disposiciones", como establecimiento público del orden distrital, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, y patrimonio propio, adscrito a la Secretaría de Cultura y Deporte de Bogotá.

El objeto del Instituto Distrital de Patrimonio IDPC, es la ejecución de políticas, planes y proyectos para el ejercicio efectivo de los derechos patrimoniales y culturales de los habitantes del Distrito Capital, así como la protección, intervención, investigación, promoción y divulgación del patrimonio cultural tangible e intangible y de los bienes de interés cultural del Distrito Capital, para lo cual debe realizar entre otras actividades, las siguientes:

a. Gestionar la ejecución de políticas, planes, programas y proyectos para la protección, intervención, investigación, promoción y divulgación del patrimonio cultural tangible e intangible y de los bienes y servicios de interés cultural del Distrito Capital;

b. Dirigir y supervisar el cumplimiento de las normas urbanísticas y arquitectónicas de conformidad con el Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá en lo concerniente a los bienes de interés cultural del orden distrital, declarados o no como tales;

c. Elaborar el inventario de monumentos conmemorativos y objetos artísticos localizados en el espacio público y promover la declaratoria como bienes de interés cultural de aquellos que lo ameriten."

Así mismo, el artículo 6 del Decreto Distrital 070 de 2015"Por el cual se establece el Sistema Distrital de Patrimonio Cultural, se reasignan competencias y se dictan otras disposiciones" entregó como funciones al Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, entre otras, las siguientes:

"(…) Aprobar las intervenciones en los Bienes de Interés Cultural del ámbito Distrital y en aquellos que se localicen en el área de influencia o colinden con Bienes de Interés Cultural del ámbito nacional, sin perjuicio de la autorización que deba emitir la autoridad nacional que realizó la declaratoria.

(…) Dirigir y supervisar el cumplimiento de las normas urbanísticas y arquitectónicas de conformidad con el Plan de Ordenamiento Territorial en lo concerniente a los bienes de interés cultural del orden distrital y como respecto de los que no están declarados.

(…) Desarrollar los lineamientos y avanzar en la realización del inventario de Patrimonio Cultural del Distrito Capital y el Sistema de Información Geográfico de Patrimonio – SIGPC-. (…) Fijar en coordinación con la Secretaría Distrital de Planeación, los requisitos técnicos específicos adicionales y las precisiones a que haya lugar, para la formulación y aprobación de los Planes Especiales de Manejo y Protección Distritales (PEMPD).

(…) Acompañar, revisar y dar concepto sobre los Planes Especiales de Manejo y Protección (PEMP), en coordinación con la Secretaría Distrital de Planeación, para los inmuebles de interés cultural del ámbito Nacional, que se encuentren ubicados en el Distrito Capital, cuando ello sea solicitado y autorizado por el Ministerio de Cultura.

(…) Elaborar estrategias y propuestas normativas en coordinación con la secretaria Distrital de Planeación y la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, para la salvaguardia, protección, recuperación, conservación, sostenibilidad y divulgación del patrimonio material e inmaterial, en armonía con el ordenamiento territorial de la ciudad y los instrumentos de planeamiento y gestión urbana.

(…) Coadyuvar en el desarrollo de programas urbanos que se deban adelantar en las áreas con tratamiento de conservación y promover el desarrollo de sus usos tradicionales.

(…) Promover la participación ciudadana y adelantar concertaciones con las Alcaldías Locales, grupos organizados y la comunidad para ejecutar los proyectos que promueva, gestione, lidere o coordine en cumplimiento de sus funciones.

(…) Orientar la implementación y ejecución del Sistema de Intervención en la Gestión de sectores de interés cultural del Distrito, en coordinación con las Secretarías de Cultura, Recreación y Deporte y Planeación.”

Como parte de la estructura del IDPC, la Subdirección de Gestión territorial y en particular, el equipo del Parque Arqueológico de Usme tienen como objetivo activar el área protegida fomentándolo como un destino atractivo para interactuar con el patrimonio ambiental y cultural de la ciudad y es, justamente, el uso de gigantografías y módulos de arqueología experimental son un medio apropiado para la consecución de tal fin, al constituir íconos que afianzan la marca del parque y de la experiencia científica de la arqueología experimental, lo que tendrá efecto en el sentido de apropiación del patrimonio del sur de la ciudad por parte de sus habitantes y, a su vez, se erigen como atractivos turísticos para sus visitantes, pues hacen parte de la identidad de Bogotá D.C. Un valor agregado de este proyecto consiste en aporte al embellecimiento del área y la creación progresiva de referentes físicos, pretendiendo de este modo un mayor flujo de visitantes, tanto locales como foráneos, siendo esto factor determinante para la dinamización de la visita al predio.

Más recientemente, la hacienda el Carmen en la localidad de Usme se ha configurado como lugar de interés por motivaciones tales como asistencia a la actividad rural, eventos de tipo cultural,

histórico y espiritual, entre otras, en distintos espacios y momentos; sin embargo, es de vital importancia que, entre las motivaciones para visitar el área se posicione el simple deseo de conocerla y explorarla, razón por la cual el área de infraestructura ejecuta ingentes esfuerzos para hacer de ella un lugar más atractivo para visitar.

En primera instancia, la gigantografía se inspira en el logo del Parque Arqueológico, teniendo en cuenta el interés de posicionarlo en diferentes destinos nacionales e internacionales los identificadores alusivos al nombre del BIC como un atractivo. En segunda instancia, los módulos arqueológicos, concebidos como espacios interactivos para el conocimiento de la arqueología experimental.

Con el fin de impulsar y fortalecer el turismo cultural en el parque arqueológico, y contribuir al desarrollo económico del sur de la ciudad, se busca promocionar la marca ciudad "Parque Arqueológico de Usme" con la implantación de estas gigantografías y los módulos de arqueología experimental. Este proyecto busca que tanto habitantes de Bogotá como visitantes extranjeros se puedan sentir más conectados e incluidos, favoreciendo la exploración, descubrimiento y conocimiento de la oferta turística de la localidad de Usme, estimulando la apropiación de espacios públicos representativos y acrecentando la estética de un sistema concebido para armonizar y enriquecer la imagen del área protegida. Tomando en cuenta lo anterior, el IDPC pretende contratar la fabricación e instalación de una (01) gigantografía móvil y tres (03) módulos de arqueología experimental.

De otro lado, una vez verificada y revisada la plataforma Colombia Compra Eficiente, no se encontró Acuerdo Marco que cubra la necesidad total de la elaboración e instalación que se describe en el presente requerimiento técnico, por lo que se sugiere continuar con la modalidad de licitación pública, tal como se dispuso en el Plan Anual de Adquisiciones Vigencia 2022.

Análisis del Sector Económico

En el primer trimestre del año 2022 el Producto Interno Bruto de Colombia presentó un crecimiento de 8,5 puntos porcentuales con respecto mismo trimestre del año 2021. Las actividades que más contribuyen a la dinámica de valor agregado son el comercio al por mayor y al por menor con un crecimiento de 15,3%, las industrias manufactureras con un crecimiento de 11,1% y las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios con 35,7%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie corregida estacional y calendario creció 1%, variación explicada por el aumento de la Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios en 11,9%, Información y comunicaciones en 3,9% e Industrias manufactureras con 1,4% de incremento

Gráfico 1. Producto Interno Bruto (PIB)
Tasas de crecimiento en volumen[1]
2016-I / 2022pr-I



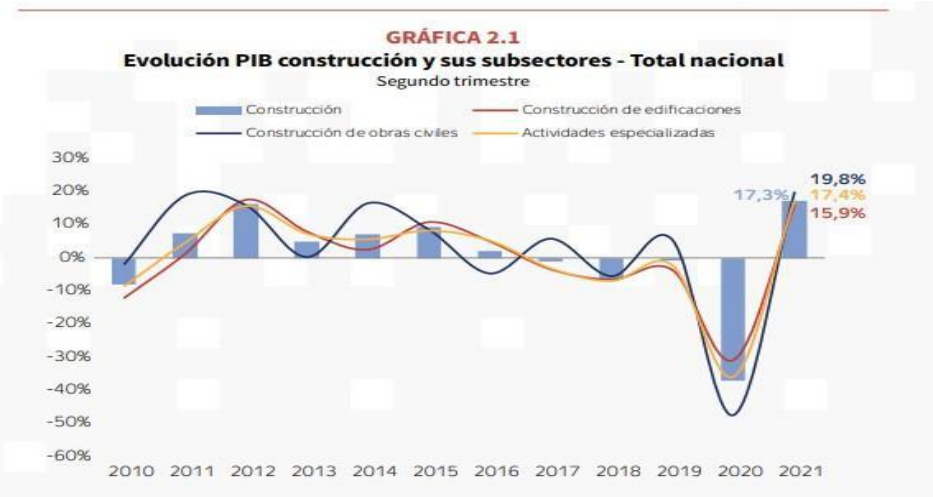
Fuente: DANE (2022). Boletín Técnico Producto Interno Bruto (PIB). Consultado en junio de 2022. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim22_producion_y_gasto.pdf

Para el año 2022 las perspectivas de crecimiento según BBVA *Research* se ubican en un 4%, sin embargo, las condiciones de la inflación y la generación de empleo determinarán el comportamiento de la economía en el mediano y largo plazo. En los puntos clave de su análisis se destacan:

"En 2022 y 2023 sigue el proceso de recuperación, pero, como era de esperarse, a un ritmo más gradual. Esperamos que el consumo pierda dinamismo y que la inversión en construcción, tanto de vivienda como de obras civiles, lo compense parcialmente.

La inflación seguirá alta en la primera parte del año y esperamos alcance su pico en el primer trimestre de 2022, para luego ceder gradualmente. Así, cerrará este año en 4,8% y el año entrante en 3,6%."2

Durante el año 2021 el comportamiento del sector constructor mejoró gracias a las medidas implementadas por el gobierno nacional y el comportamiento durante el segundo semestre de 2021, según CAMACOL presentó "una marcada mejora en todo el sector de la construcción que se refleja con una variación anual de 17,3%, después de una fuerte fase de ajuste en años anteriores. Dicho comportamiento se explica en gran medida por el mejor desempeño del sector de obras civiles con 19,8%, seguido de actividades especializadas con 17,4% y construcción de edificaciones con 15,9%".



Fuente: CAMACOL (2021). Prospectiva Edificadora. Consultado en junio de 2022. Disponible en: https://camacol.co/sites/default/files/PROSPECTIVA%20EDIFICADORA%20OCTUBRE%205%20DE%202021- VF.pdf

En lo relacionado con el empleo, de acuerdo con el boletín de empleo del DANE, para marzo de 2022 la actividad económica que mayor cantidad de personas ocupadas tiene es la industria manufacturera. La rama de la construcción, objeto del presente proceso ocupa el puesto número 13 y tiene el 6,9% de la distribución a nivel nacional.

Rama de actividad	Total Nacional				
	Marzo 2022	Marzo 2021	Distribución %	Variación absoluta	Contribución en p.p.
Población ocupada	21.680	20.094	100	1.585	
Industrias manufactureras	2.406	1.940	11,1	466	**2,3**
Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana	2.703	2.400	12,5	304	**1,5**
Transporte y almacenamiento	1.650	1.386	7,6	264	**1,3**
Alojamiento y servicios de comida	1.470	1.262	6,8	208	**1,0**
Comercio y reparación de vehículos	3.919	3.713	18,1	206	**1,0**
Actividades artísticas, entretenimiento recreación y otras actividades de servicios	1.727	1.569	8,0	159	**0,8**
Suministro de Electricidad Gas y Agua^	569	448	2,6	122	**0,6**
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.328	3.233	15,4	95	**0,5**
Actividades financieras y de seguros	356	326	1,6	30	**0,2**
Actividades inmobiliarias	183	157	0,8	26	**0,1**
Información y comunicaciones	345	358	1,6	-13	**-0,1**
Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos	1.530	1.550	7,1	-20	**-0,1**
Construcción	1.493	1.692	6,9	-199	**-1,0**

Fuente: DANE (2022). Boletín técnico mercado laboral. Consultado en junio de 2022. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_mar_22.pdf

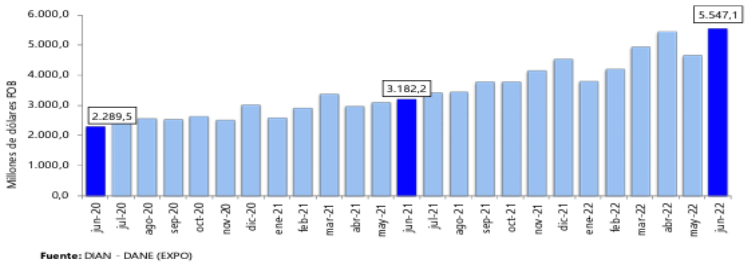
En marzo de 2022 se presenta un aumento del 3,3% de la tasa de ocupación respecto al mismo mes del año anterior.

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en junio de 2022 las ventas externas del país fueron US$5.547,1 millones FOB y presentaron un aumento de 74,3% en relación con junio de 2021; este resultado se debió principalmente al crecimiento de 107,5% en las ventas externas del grupo de Combustibles.

Exportaciones (EXPO)

Junio 2022

Gráfico 1. Valor FOB de las exportaciones (Millones de dólares FOB)
Total Nacional
Junio (2020-2022)P



Fuente: DIAN - DANE (EXPO)

Tabla 1. Valor FOB de las exportaciones, variación contribución y participación según grupos de productos (OMC) Junio (2020 - 2022)

En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 60,1% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Manufacturas con 17,4%, Agropecuarios, alimentos y bebidas 19,1%, y otros sectores con 3,5%. En junio de 2022 se exportaron 14,3 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó un crecimiento de 6,9% frente a junio de 2021 (Cuadro Anexo).

Cuadro 2. Valor FOB de las exportaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC)
Junio (2019-2022)P

Grupos de productos (OMC)	Junio					Enero-junio				
	2019	2022	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2022 (%)	2019	2022	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2022 (%)
	(Millones de dólares FOB)					(Millones de dólares FOB)				
Total	**3.096,4**	**5.547,1**	**79,1**		**100,0**	**20.301,6**	**28.637,7**	**41,1**		**100,0**
Agropecuarios, alimentos y bebidas [1]	524,7	1.059,1	101,8	17,3	19,1	3.774,9	6.111,1	61,9	11,5	21,3
Combustibles y prod. de industrias extractivas [2]	1.858,2	3.331,2	79,3	47,6	60,1	11.776,4	15.999,1	35,9	20,8	55,9
Manufacturas [3]	621,2	965,4	55,4	11,1	17,4	3.997,4	5.154,0	28,9	5,7	18,0
Otros sectores [4]	92,2	191,4	107,7	3,2	3,5	752,9	1.373,4	82,4	3,1	4,8

Fuente: DIAN – DANE (EXPO)
P Cifra preliminar
[1] Incluye las secciones de la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional (CUCI) correspondientes a: Productos alimenticios y animales vivos, Bebidas y tabacos, Materiales crudos no comestibles y Aceites grasas y ceras, excluidos los capítulos de Abonos en bruto y menas y desechos de metales.
[2] Incluye la sección de Combustibles y lubricantes minerales y Productos conexos de la CUCI y los capítulos correspondientes a abonos en bruto, menas y desechos de metales y metales no ferrosos.
[3] Incluye las secciones de la CUCI correspondientes a Productos químicos, artículos manufacturados clasificados según material, Maquinaria y equipo de transporte y artículos manufacturados diversos, excluidos el capítulo de Metales no ferrosos y el grupo de Armas y municiones.
[4] Incluye la sección de la CUCI correspondientes a Mercancías y operaciones no clasificadas en otro rubro y el grupo de Oro no monetario.

Por su parte, en junio de 2019 las exportaciones colombianas ascendieron a US$3.096,4 millones FOB. Al comparar el sexto mes de 2022 con el mismo mes de 2019, se registra un aumento de 79,1%; este resultado se debe fundamentalmente al aumento del 79,3% en las ventas externas del grupo de Combustibles y de 101,8% en el grupo de Agropecuarios alimentos y bebidas. Así mismo, en el periodo enero – junio de 2022 se registra un aumento en las ventas externas colombianas de 41,1%, si se compara con el mismo periodo del año 2019. Las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas registraron un aumento de 35,9%. Por su parte, las manufacturas aumentaron en 28,9%, las ventas externas de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas aumentaron 61,9% y otros sectores aumentaron 82,4%. (Cuadro 2)

En junio de 2022 las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron de US$3.331,2 millones FOB y presentaron un crecimiento de 107,5% frente a junio de 2021, este comportamiento se explicó principalmente por el incremento de las ventas de Hulla, coque y briquetas (263,0%) que aportó 68,2 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En junio de 2022 las exportaciones del grupo de Manufacturas fueron de US$965,4 millones FOB y presentaron una variación de 42,9%, frente a junio de 2021. Este comportamiento se explicó principalmente por el crecimiento en las ventas externas de Artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material (88,8%) que contribuyó con 23,6 puntos porcentuales a la variación de la agrupación.

Las ventas externas de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US$1.059,1 millones FOB y presentaron un crecimiento de 69,6%, comparado con junio de 2021. Este comportamiento se explicó principalmente por el aumento en las exportaciones de Café sin tostar descafeinado o no; cáscara y cascarilla del café (230,5%) que contribuyó con 39,9 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En el mes de junio de 2022 en comparación con junio 2021, la reducción de las exportaciones del grupo Otros sectores (-30,9%) se explicó fundamentalmente por la disminución en las ventas de oro no monetario que aportó -31,1 puntos porcentuales a la variación del grupo (Cuadro 3).

En junio de 2022 las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron de US$3.331,2 millones FOB y presentaron un crecimiento de 107,5% frente a junio de 2021, este comportamiento se explicó principalmente por el incremento de las ventas de Hulla, coque y briquetas (263,0%) que aportó 68,2 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En junio de 2022 las exportaciones del grupo de Manufacturas fueron de US$965,4 millones FOB y presentaron una variación de 42,9%, frente a junio de 2021. Este comportamiento se explicó principalmente por el crecimiento en las ventas externas de Artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material (88,8%) que contribuyó con 23,6 puntos porcentuales a la variación de la agrupación.

Las ventas externas de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US$1.059,1 millones FOB y presentaron un crecimiento de 69,6%, comparado con junio de 2021. Este comportamiento se explicó principalmente por el aumento en las exportaciones de Café sin tostar descafeinado o no; cáscara y cascarilla del café (230,5%) que contribuyó con 39,9 puntos porcentuales a la variación del grupo.

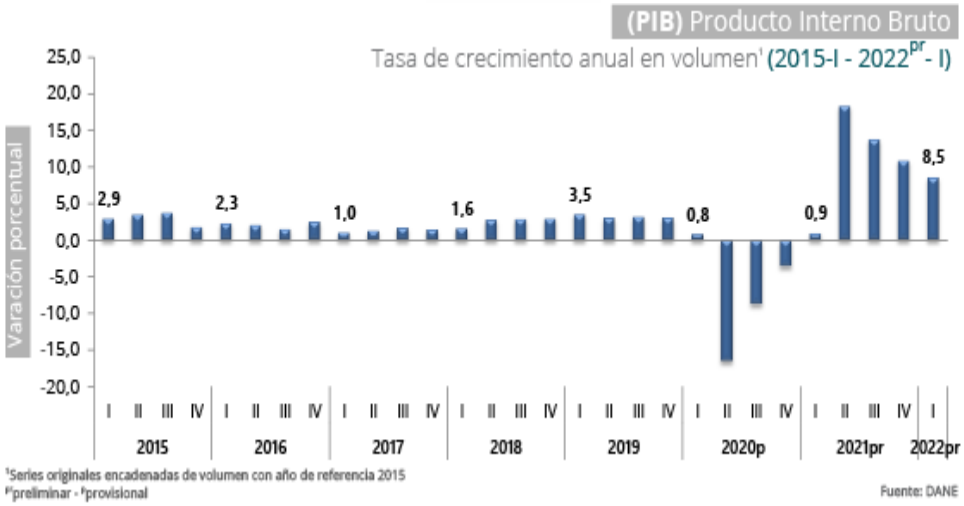
En el mes de junio de 2022 en comparación con junio 2021, la reducción de las exportaciones del grupo Otros sectores (-30,9%) se explicó fundamentalmente por la disminución en las ventas de oro no monetario que aportó -31,1 puntos porcentuales a la variación del grupo (Cuadro 3).

Cuadro 3. Exportaciones según grupos de productos OMC
Junio (2022/2021)[P]

Descripción	Junio 2021p	Junio 2022p	Variación	Contribución a la variación del grupo (pp)	Contribución a la variación total (pp)
	Millones de dólares FOB		%		
Total	3.182,2	5.547,1	74,3		74,32
Agropecuarios, alimentos y bebidas[1]	**624,5**	**1.059,1**	**69,6**		**13,7**
Café sin tostar descafeinado o no; cáscara y cascarilla del café[2]	108,0	356,9	230,5	39,9	7,8
Flores y follaje cortados[3]	125,1	174,1	39,1	7,8	1,5
Bananas (incluso plátanos) frescas o secas[9]	88,8	119,9	35,0	5,0	1,0
Aceite de palma y sus fracciones[4]	72,9	86,5	18,7	2,2	0,4
Ganado bovino vivo[5]	4,5	14,4	218,3	1,6	0,3
Café tostado[6]	6,7	10,9	64,1	0,7	0,1
Tabaco total o parcialmente despalillado o desnervado[8]	-	1,5	**	0,2	0,0
Plantas y partes de plantas utilizado principalmente en perfumería[7]	2,4	2,4	0,9	0,0	0,0
Demás subgrupos	216,1	292,5	35,4	12,2	2,4
Combustibles y prod. de industrias extractivas[10]	**1.605,3**	**3.331,2**	**107,5**		**54,2**
Hulla, coque y briquetas[12]	416,2	1.510,8	263,0	68,2	34,4
Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos[11]	1.138,6	1.759,7	54,6	38,7	19,5
Menas y desechos de metales[13]	38,5	49,8	29,5	0,7	0,4
Demás	12,1	10,8	-10,2	-0,1	0,0
Manufacturas[14]	**675,4**	**965,4**	**42,9**		**9,1**
Artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material[15]	179,7	339,3	88,8	23,6	5,0
Productos químicos y productos conexos, n.e.p.[16]	303,1	347,3	14,6	6,5	1,4
Maquinaria y equipo de transporte[17]	92,6	153,0	65,3	8,9	1,9
Artículos manufacturados diversos[18]	100,1	125,9	25,8	3,8	0,8
Ferroníquel[19]	*39,0*	*134,1*	*244,2*	*14,1*	*3,0*
Otros sectores[20]	**277,0**	**191,4**	**-30,9**		**-2,7**
Oro no monetario (excepto minerales y concentrados de oro)[21]	275,8	189,6	-31,3	-31,1	-2,7
Demás capítulos	1,2	1,9	61,8	0,3	0,0

Fuente: DIAN - DANE (EXPO)
[P] Cifra preliminar
Nota: La diferencia en la sumatoria de variables obedece al sistema de aproximación de dígitos
1 Incluye las secciones de la CUCI 0, 1, 2 y 4, excluidos los capítulos 27 y
2 Corresponde al subgrupo (4 dígitos) CUCI 0711
3 Corresponde al subgrupo (4 dígitos) CUCI 2927
4 Corresponde al subgrupo (4 dígitos) CUCI 0573
5 Corresponde al subgrupo (4 dígitos) CUCI 4222
6 Corresponde al subgrupo (4 dígitos) CUCI 0011
7 Corresponde al subgrupo (4 dígitos) CUCI 0712
8 Corresponde al subgrupo (4 dígitos) CUCI 1212
9 Corresponde al subgrupo (4 dígitos) CUCI 2924
10 Incluye la sección 3 de la CUCI y los capítulos 27,28 y68
11 Corresponde al capítulo (2 dígitos) CUCI 32
12 Corresponde al capítulo (2 dígitos) CUCI 33
13 Corresponde al capítulo (2 dígitos) CUCI 28
14 Incluye las secciones de la CUCI 5, 6, 7 y8, excluidos el capítulo 68 y el gru
15 Incluye la sección 6 de la CUCI
16 Incluye la sección 5 de la CUCI
17 Corresponde al rubro básico 67155 (5 dígitos) de la CUCI
18 Incluye la sección 8 de la CUCI
19 Incluye la sección 67155 de la CUCI
20 Incluye la sección 9 de la CUCI y el grupo 891
21 Corresponde al capítulo (2 dígitos) CUCI 97

Por otra parte, en el primer trimestre de 2022pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 8,5% respecto al mismo periodo de 2021.



En el primer trimestre de 2022pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 8,5% respecto al mismo periodo de 2021pr (ver tabla 1). 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 15,3% (contribuye 3 puntos porcentuales a la variación anual).

Industrias manufactureras crece 11,1% (contribuye 1,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; Actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 35,7% (contribuye 1,1 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 1,0%. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; Actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 11,9%.

Información y comunicaciones crece 3,9%.

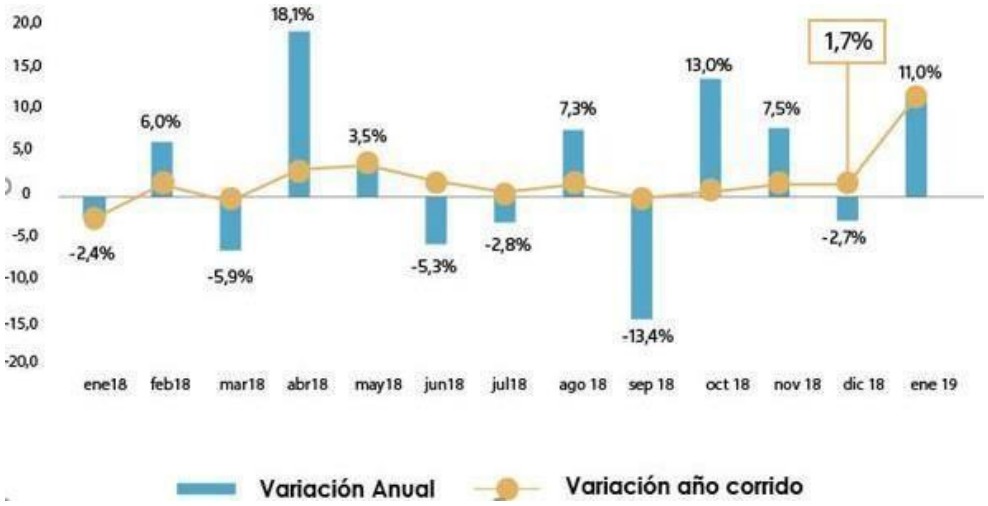
Industrias manufactureras crece 1,4%.

Análisis de la Oferta

La producción de actividades asociadas con la divulgación se cuenta con un crecimiento del 1,7% para cierre del 2018, estando en línea con la senda de crecimiento que tuvo la industria manufacturera en este periodo. Adicionalmente, podemos ver que los meses que más tuvieron

crecimiento con respecto al mismo periodo del año pasado fueron: abril (18,1%), agosto (7,3%), octubre (13%) y noviembre (7,5%). Por otro lado, las ventas de las actividades de impresión decrecieron en 0,2% con respecto al 2017 (Gráfico 3).

Gráfico 3. Evolución de la producción de actividades de impresión y divulgación.



Dentro de las empresas analizadas, es posible identificar que el mercado de los Servicios de Publicidad y Diseño Gráfico presenta variedad en el tamaño empresarial de sus compañías, en Colombia Compra Eficiente se observan variedad de empresas identificadas con el objeto a contratar, Colombia Compra Eficiente identificó que la mayoría de los posibles Proveedores del Acuerdo Marco y el Instrumento de Agregación de Demanda de Servicios (Diseño y Publicidad) son pequeñas y microempresas.

En la actualidad el negocio de la publicidad se encuentra en una situación de mayor estabilidad, pero en evolución constante; el crecimiento de los mercados regionales ha permitido el desarrollo de agencias de excelente calidad en otras ciudades del país especialmente en Medellín y Cali; el gremio en general se viene profesionalizando cada vez más y son muy frecuentes los congresos, seminarios y cursos de actualización que se realizan en el país; el Congreso de Publicidad, que ya ha realizado su VI versión, se ha convertido en un encuentro obligado del gremio cada dos años en Cartagena, con una calidad ya reconocida internacionalmente.

Bogotá y la región cuentan con la agenda integrada de desarrollo productivo y de iniciativas clúster más ambiciosa del país. En los 8 macro sectores se concentra el 71% de las empresas creadas y renovadas en el 2020. Empresas creadas 29.760 y empresas renovadas 243.410.

Impactos en la variación de precios

El objetivo de este numeral es analizar el comportamiento de las variables macroeconómicas a nivel nacional que inciden en el crecimiento de estos sectores. El análisis macroeconómico proporciona los criterios necesarios para identificar e interpretar correctamente qué variables inciden sobre la cotización de los activos en los mercados financieros. El análisis macroeconómico nos proporciona los criterios necesarios para identificar e interpretar correctamente qué variables inciden sobre la cotización de los activos en los mercados financieros.

El indicador económico de mayor relevancia para informar acerca de la situación o el entorno de una economía y sus cambios es la variación del Producto Interior Bruto (PIB).

3.1. Producto interno bruto – PIB[1]

El producto interior bruto de Colombia en el primer trimestre de 2022 ha crecido un 1% respecto al trimestre anterior. Esta tasa es 15 décimas menor que la del cuarto trimestre de 2021, cuando fue del 2,5%.

La variación interanual del PIB ha sido del 8,2%, 26 décimas menor que la del cuarto trimestre de 2021, cuando fue del 10,8%.

La cifra del PIB en el primer trimestre de 2022 fue de 76.828 millones de euros, con lo que Colombia se situaba como la economía número 30 en el ranking de PIB trimestral de los 53 países que publicamos.

Colombia tiene un PIB Per cápita trimestral de 1.505 k euros, 222 euros mayor que el del mismo trimestre del año anterior, que fue de 1.283 euros.

Si ordenamos los países que publicamos en función de su PIB per cápita trimestral, Colombia se encuentra en el puesto 50, por lo que sus habitantes tienen, según este parámetro, un bajo nivel de riqueza en relación a los 53 países de los que publicamos este dato.

En esta página puedes ver la evolución del PIB en Colombia. Puedes ver el listado completo de los países de los que publicamos el PIB clicando en PIB y ver toda la información económica de Colombia en Economía de Colombia.

Índice de precio al consumidor – IPC

En mayo de 2022, la variación mensual del IPC fue 0,84%, la variación año corrido fue 6,55% y la anual fue 9,07%. En mayo de 2022, la variación anual del IPC fue de 9,07%, es decir, 5,77 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 3,30%. º

[1] PRODUCTO INTERNO BRUTO, agosto 2021. Recuperado por: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica

IPC	Mayo					
	Variación Mensual		Variación Año corrido		Variación Anual	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
IPC total	0,84	1,00	6,55	3,18	9,07	3,30

Fuente: DANE

2.3. Tasa representativa del mercado

Desde septiembre de 1999 Colombia tiene un sistema de tasa de cambio flexible, según el cual la cotización del peso frente a otras monedas se da mediante la libre oferta y demanda de divisas en el mercado cambiario. El Banco de la República como autoridad cambiaria tiene la potestad de intervenir en el mercado de divisas.

Desde que se implementó el régimen de tasa de cambio flexible, el Banco ha participado en el mercado cambiario con intervenciones esterilizadas, sin pretender fijar o alcanzar algún nivel específico de la tasa de cambio. Las principales razones de dichas intervenciones han sido las siguientes:

- Mitigar movimientos de la tasa de cambio que no atiendan claramente al comportamiento de los fundamentos de la economía. Con ello se pretende evitar que posteriores correcciones en la cotización de la moneda pongan en riesgo la meta de inflación.
- Disminuir la volatilidad de la tasa de cambio alrededor de su tendencia.
- Incrementar el nivel de reservas internacionales para reducir la vulnerabilidad externa y mejorar las condiciones de acceso al crédito externo.
- Garantizar la liquidez necesaria en moneda extranjera.

Por otra parte, el comportamiento del mercado cambiario durante los últimos seis meses (enero 2022 a julio 2022) tuvo una variación en el tipo de cambio. La Tasa Representativa del Mercado (TRM) pasó de un mínimo de $ 3,706.95 a un máximo de $ 4.627.46, arrojando un promedio de 3.935.91, que equivale a una volatilidad muy alta del 11.54%.

Crecimiento del Sector - Comunicación Gráfica

Confianza industrial y de la comunicación gráfica: expectativas 2021 De acuerdo con la Encuesta de Opinión Empresarial, publicada por FEDESARROLLO en el mes de diciembre, el Índice de Confianza Comercial (ICC) para el mes de diciembre del 2020 registró en promedio un balance de 23,0%, el cual, comparado con el mismo mes del año anterior, disminuyó 6,7 puntos porcentuales (29,7%). El ICC está compuesto por la percepción de la situación económica actual de la empresa o negocio, el nivel de existencias y las expectativas sobre la situación económica para el siguiente semestre. En los resultados de diciembre de 2020, la variable de situación económica actual de la

empresa o negocio registró una disminución de -1,8 puntos porcentuales, las expectativas sobre la situación económica para el siguiente semestre lo hizo en -12,9 puntos porcentuales, mientras que, nivel de existencias, disminuyó -4,9 puntos porcentuales, todo lo anterior respecto al mes de noviembre de 2020. En el mes de diciembre de 2020, el Índice de Confianza Industrial (ICI), registró un valor de -1,6% disminuyendo 10,1 puntos porcentuales respecto al mes de diciembre del 2019, el cual fue de 8,5%. El ICI, está definido por el nivel de existencias, volumen actual de pedidos y expectativas de producción para los próximos tres meses. En el mes de diciembre de 2020, su variación estuvo explicada respecto a noviembre del 2020, principalmente por una disminución en el volumen actual de pedidos de -7,2 puntos porcentuales y de -6,6 puntos porcentuales en el nivel de existencias. Las expectativas de producción del próximo trimestre aumentaron en 15 puntos porcentuales respecto al mes de noviembre del 2020. La coyuntura COVID-19 afectó negativamente el proceso productivo de los empresarios, pero desde la reapertura de la economía se ha evidenciado una mejora en las expectativas y una disminución en el nivel de inventarios, que dan muestra de una paulatina reactivación económica. Las empresas del sector de la comunicación gráfica no son ajenas a esta situación y su capacidad para afrontar los cambios será de vital importancia para poder sortear de la mejor manera los próximos retos.

Crecimiento del Sector - Comunicación Gráfica por departamentos a nivel nacional

Todas las regiones presentaron decrecimiento en el sector de papel e imprenta. En el año 2020, las regiones de Antioquia (-3,8%) y Valle del Cauca (-4,1%), fueron las que registraron menores tasas de decrecimiento en la producción real, mientras que Bogotá fue la región que se vio mayormente afectada por la coyuntura que estamos viviendo, al reportar una disminución de -19,8%. Por su parte, Atlántico registró una disminución de –7,0% en la producción real.

Crecimiento de la Comunicación por departamento en el año 2020 Tabla 3

Departamentos	**Producción Real (Var%)**	**Ventas Reales (Var%)**	**Empleo (Var%)**
Antioquia	-038%	-3.2%	-5.3%
Valle del Cauca	-4.1%	-7.4%	-5.6%
Atlántico	-7.0%	-5.7%	-0.7%
Bogotá D.C	19.8%	-19.2%	-8.2%

Fuente: DANE-EMMET 2020. Variación, índices reales elaborado por Andigraf.

En cuanto a las ventas reales, los cuatro departamentos registraron un rendimiento negativo, Antioquia fue aquel departamento que menos decreció en sus ventas con - 3,2%, seguido de Atlántico (-5,7%), Valle del Cauca (-7,4%) y Bogotá (-19,2%). En términos de empleabilidad, los

cuatro departamentos presentaron unas cifras negativas, Atlántico fue el menos afectado con un decrecimiento de -0,7%, y Bogotá (- 8,2%) fue el departamento más afectado en términos laborales. Es preciso señalar que, los valores registrados de este sector en Colombia en el año 2020 a excepción de Bogotá se encuentran por encima de la industria manufacturera en general, esto es el resultado de un conjunto de empresas seriamente comprometidas por aumentar los niveles de productividad en el país, y por la característica transversal que tiene nuestra industria a nivel general. (Tabla 3)[5]

La publicidad y el Crecimiento Económico en Colombia

Del análisis de los datos estadísticos de los principales países industrializados se desprende que la inversión en publicidad tiene un efecto positivo sobre el crecimiento económico por medio de cuatro mecanismos: la publicidad estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, a su vez, el dinamismo inherente en el sector de la publicidad impulsa el índice del crecimiento promedio del PIB.

Una empresa, mientras más disemine información sobre sus productos, tendrá más esperanza de venderlos. Mediante la implementación de niveles mayores o menores de publicidad, la empresa logra una expectativa, mayor o menor, de su perspectiva de ventas en el futuro. En consecuencia, mientras que los contadores siempre las clasifican como gastos, las sumas dedicadas a la publicidad pueden ser consideradas una inversión, específica e intangible. Porque en verdad, los gastos en publicidad permiten a una empresa adquirir un bien que, de otra manera, sería muy difícil de obtener: "capital simbólico", un valor intangible basado en su reputación y la imagen que haya adquirido.

En la economía actual, en la que las empresas se encuentran involucradas en una competencia global y en una búsqueda de rendimientos cada vez más altos (mientras más crece la producción, más se reducen los costos por unidad), se hace necesaria la inversión en publicidad por parte de las empresas para ganar o defender su porción del mercado. Mientras más "capital simbólico" posea una empresa, mejores han de ser las opciones de que sus esfuerzos sean coronados por el éxito. Esta aseveración se encuentra corroborada por el valor que se concede hoy en día a las marcas de fábricas de prestigio y el cuidado que se tiene con el fin de preservarlas. La publicidad facilita la aparición y difusión de nuevos estándares de consumo al afectar la percepción que los consumidores tienen sobre la utilidad, calidad y ventajas de un producto. Este impacto suministra su propia productividad por encima y más allá de las funciones clásicas de la inversión tradicional.

La industria de la comunicación gráfica en Bogotá

Tras dos décadas de negociaciones de Tratados de Libre Comercio –TLC- y la implementación de programas y herramientas que han coadyuvado al desarrollo de la política industrial en el país, son varios los retos que quedan sobre la mesa para el desarrollo productivo de los diferentes sectores económicos. La industria de la comunicación gráfica es uno de estos sectores.

Bogotá concentra la mayor parte de los establecimientos que desempeñan este tipo de actividades en Colombia. En la capital, laboran más de 38 mil personas, principalmente en micro establecimientos, sin embargo, tanto las grandes como las pequeñas empresas, han visto reducir sus niveles de producción y ventas al exterior, mientras que las importaciones crecen.

Para revertir esa dinámica, se ha identificado desde el ámbito gremial como grandes retos, posicionarse nuevamente en el mercado exterior e incrementar el número de clientes externos, así como mejorar aspectos logísticos de distribución, reducir la informalidad y fortalecer la cooperación entre los actores de la cadena.

Esta nota editorial presenta la relevancia económica y estructura productiva del sector de la edición y la comunicación gráfica en Bogotá, a través del análisis de la información disponible sobre algunas variables macroeconómicas como valor agregado, producción y empleo, lo mismo que de comercio exterior (exportaciones e importaciones).

Sector editorial y de la comunicación gráfica El sector de la comunicación gráfica produce gran variedad de bienes y servicios y en este sentido, la actividad comporta características propias tanto del sector industrial como del sector de los servicios. Dentro de los bienes más destacados puede mencionarse los libros y periódicos y dentro de los servicios el diseño gráfico y la publicidad.

Según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas –CIIU-, este sector involucra actividades de edición, impresión y actividades conexas, derivadas y relacionadas con las primeras, como son: encuadernación, acabado y manipulados finales. Así pues, la impresión se clasifica como actividad fabril, por requerir para su realización el uso de maquinaria y equipos específicos, en tanto que edición y las actividades complementarias se clasifican como actividades de servicios por incurrir en actividades inmateriales como son la creación y el diseño, o labores materiales como la encuadernación, pero que se realiza por encargo o a la medida, diferente a la industria que fabrica en serie.

Este sector hace parte de la gran industria cultural por cuanto produce contenidos impresos y digitales, tanto de información (libros de texto, enciclopedias, periódicos, etc.) como de entretenimiento, principalmente revistas.

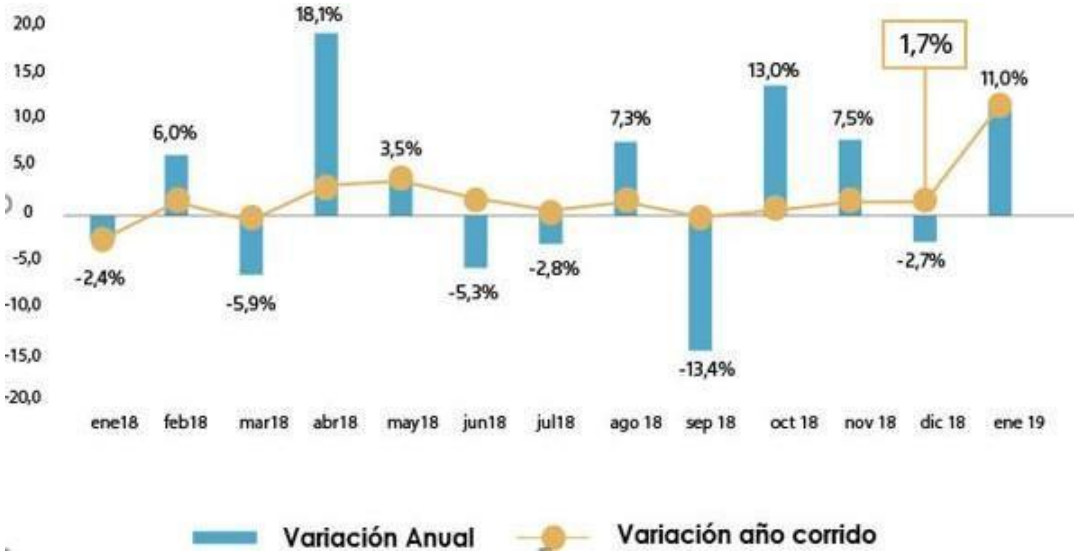
ProColombia apoya a la industria gráfica llevando a empresas exportadoras a misiones exploratorias de los mercados priorizados con acuerdos comerciales como Estados Unidos, Alianza del Pacífico, Ecuador, y con el programa Comex ProColombia para que las empresas del sector creen o consoliden su área de comercio exterior.

Las oportunidades de exportación, identificadas por ProColombia, se encuentran en siete países: Estados Unidos, Suiza, Brasil, México, Guatemala, Chile y Perú. Además, las empresas del sector pueden aprovechar las ventajas arancelarias que traen los 16 acuerdos comerciales vigentes con más de 60 países y cerca de 1.500 millones de consumidores.[8]

Análisis de la Oferta

La producción de actividades de impresión tuvo un crecimiento del 1,7% para cierre del 2018, estando en línea con la senda de crecimiento que tuvo la industria manufacturera en este periodo. Adicionalmente, podemos ver que los meses que más tuvieron crecimiento con respecto al mismo periodo del año pasado fueron: abril (18,1%), agosto (7,3%), octubre (13%) y noviembre (7,5%). Por otro lado, las ventas de las actividades de impresión decrecieron en 0,2% con respecto al 2017 (Gráfico 3).[5]

Gráfico 3. Evolución de la producción de actividades de impresión.

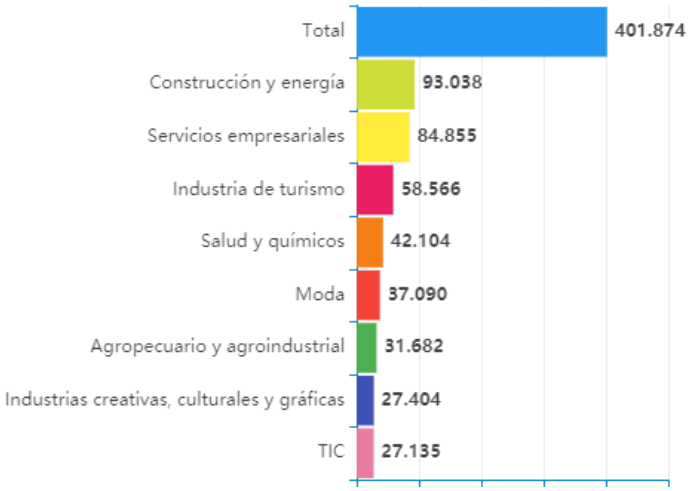


Dentro de las empresas analizadas, es posible identificar que el mercado de los Servicios de Publicidad y Diseño Gráfico presenta variedad en el tamaño empresarial de sus compañías, en Colombia Compra Eficiente se observan variedad de empresas identificadas con el objeto a contratar, Colombia Compra Eficiente identificó que la mayoría de los posibles Proveedores del Acuerdo Marco y el Instrumento de Agregación de Demanda de Servicios (Diseño y Publicidad) son pequeñas y microempresas.

En la actualidad el negocio de la publicidad se encuentra en una situación de mayor estabilidad, pero en evolución constante; el crecimiento de los mercados regionales ha permitido el desarrollo de agencias de excelente calidad en otras ciudades del país especialmente en Medellín y Cali; el gremio en general se viene profesionalizando cada vez más y son muy frecuentes los congresos, seminarios y cursos de actualización que se realizan en el país; el Congreso de Publicidad, que ya ha realizado su VI versión, se ha convertido en un encuentro obligado del gremio cada dos años en Cartagena, con una calidad ya reconocida internacionalmente.[5]

Bogotá y la región cuentan con la agenda integrada de desarrollo productivo y de iniciativas clúster más ambiciosa del país. En los 8 macro sectores se concentra el 71% de las empresas creadas y renovadas en el 2020. Empresas creadas 29.760 y empresas renovadas 243.410.

Macro sectores: Industrias creativas, culturales y gráficas; Industrias del sector turismo; TIC; Salud y químicos; Moda; Agropecuario y Agroindustrial; servicios empresariales; Construcción y Energía. (Gráfico 4)



Fuente: *Empresas: Registro mercantil. CCB (31 de diciembre 2019).*

La construcción y energía tiene una mayor participación de 93.038 empresas y el sector de servicios empresariales con una participación 84.855 empresas, son los macro sectores con el mayor número de empresas. La Industria de Turismo tiene una participación de 58.566 empresas y con relación a las Industrias creativas, culturales y graficas 27.404 empresas.

Identificación de proveedores

N°	PROVEEDORES	CIUDAD
1	DELTA PUBLICIDAD INFLABLES INTERNACIONAL LTDA	BOGOTÁ
2	TNT MARKETING SAS	BOGOTÁ
3	A4 DISEÑO	BOGOTÁ
4	DISEÑO 3D	BOGOTÁ

5	ACCESO DIRECTO ASOCIADOS SAS	BOGOTÁ
6	AGENCIA INTERACTIVA 360	BOGOTÁ
7	RINO S.AS	BOGOTÁ
8	COLOR 360 PUBLICIDAD	BOGOTÁ
9	ABC ENGLOBARTE S.A.S	BOGOTÁ
10	CREACIONES VISIONARIAS S.A.S	BOGOTÁ

Fuente: Directorio proveedores Colombia Compra Eficiente

Análisis de la Demanda

Según lo publicado por la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias, la publicidad y en general, la comunicación publicitaria, es esencial en el desarrollo económico y social de un país porque: Es instrumento para el crecimiento del sector productivo, la competitividad y la innovación. Permite el ejercicio de la libertad del consumidor para seleccionar de manera informada sus bienes y servicios de preferencia. Genera recursos para hacer sostenibles actividades y servicios de gran impacto en una sociedad como los medios de comunicación y las actividades culturales. Incide en la formación de valores, conservación de costumbres y difusión de iniciativas sociales. Es fuente de talento innovador y creativo para un país. Aporta al PIB de manera significativa.

Se procedió a realizar un análisis de la demanda sobre procesos similares en otras entidades estatales del país, a través de la información que se puede extraer de los procesos contractuales publicados en el SECOP.

Las búsquedas realizadas se identificaron los contratos similares al presente objeto del contrato así:

AÑO	ENTIDAD	OBJETO	PLAZO DE EJECUCIÓN	VALOR

2021	ARMADA NACIONAL INFANTERIA DE MARINA N°4	DISEÑO E IMPRESIÓN DE VALLAS Y PENDONES PUBLICITARIOS PARA EL COLEGIO NAVAL Y EMPASTE Y CUADERNACION DE ACTAS DE RELEVO Y LIBROS DE MINUTA PARA EL BATALLON DE COMANDO 4	15 DÍAS	$ 3.720.000

2021	SECRETARÍA DISTRITAL DE AMBIENTE	PRESTAR SERVICIOS PROFESIONALES PARA LIDERAR ACTUVIDADES DE EJECUCIÓN, ESTRATEGIA Y SEGUIMIENTO A LA PUBLICIDAD EXTERIOR.	2 MESES	$ 62.460.000
2021	MUNICIPIO DE SAN JOSÉ CUCUTA	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO PARA LA REALIZACIÓN DE PRODUCTOS, PIEZAS DIGITALES Y PUBLICIDAD ENCAMINADAS A IMPLEMENTAR LA COMUNICACIÓN	1 MES	$ 21.800.000

2019	REGIONAL DEL SENA ATLANTICO	COMPRA E INSTALACIÓN DE LOS AVISOS DE SEÑALIZACIÓN PARA EL CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS REGIONAL DEL SENA ATLANTICO	1 MES	$ 16.011.480

La demanda del sector servicios en publicidad en las entidades del sector estatal es creciente, si bien no existen estadísticas al respecto, se pueden encontrar fácilmente multiplicidad de procesos en el Portal Único de Contratación, www.secop.gov.co., y este estudio se amplió mediante proceso de Estudio de Mercado que soporta del proceso de la contratación para seleccionar los Proveedores.

Se adelantó el proceso IDPC-EC-032-2022 con el fin de cotizar las ofertas para "Adquirir e instalar las dotaciones culturales turisticas del Parque Arqueológico de la Hacienda El Carmen en la localidad de Usme, Bogotá D.C.". El proceso de cotización fue abierto el 10/20/2022 y se cerró el 10/27/2022.

Respecto al mismo, allegaron a través de la página del secop 2 cinco cotizaciones de proveedores interesados

PROVEEDOR	VALOR UNITARIO GIGANTOGRAFÍA	VALOR UNITARIO MODULO
ANA MARIA MONROY MUÑOZ	$ 70.000.000	$39.500.000
ARQUETIPO SEÑALIZACION SAS	$ 48.600.000	$ 12.598.000

FUNDACION ANFIBIA	$ 60.000.000	$ 28.500.000
TALLER DE DISEÑO	$ 22.121.516	$ 8.612.400
RESEÑAL SAS GIGANTOGRAFIA Y MODULOS ISOMETRICOS DE ARQUEOLOGIA	$ 62.400.000	$ 11.660.000

De acuerdo a las cotizaciones efectuadas, el análisis comparado de valores permite establecer valores promedio por cada lote a contratar, así:

	ANA MONROY	ARQUETIPO SAS	FUNDACION ANFIBIA	TALLER DE DISEÑO	RESEÑAL SAS	PROMEDIO	
1 gigantografía	$ 70.000.000,00	$ 48.600.000,00	$ 60.000.000,00	$ 22.121.516,00	$ 62.400.000,00	$ 52.624.303,20	GIGANTOGRAFIA
3 modulos	$ 118.500.000,00	$ 37.794.000,00	$ 85.500.000,00	$ 25.837.200,00	$ 34.980.000,00	$ 60.522.240,00	MODULOS
						$ 113.146.543,20	TOTAL
Valor unitario módulo	$ 39.500.000,00	$ 12.598.000,00	$ 28.500.000,00	$ 8.612.400,00	$ 11.660.000,00		

Sin embargo, en el análisis de ofertas se encotnraron variaciones importantes en el valor de los productos, contando con rangos de variación altos por cada valor extremo de la cotización por cada lote. En el caso de la gigantografía, se presenta una variación del 216%, mientras que en el valor unitario de los módulos se encuentran variaciones cercanas al 359% de la oferta. En la tabla que acontinuación se expone, se refleja dicha variación:

Color rojo (valores más altos) - Color amarillo (valores más bajos) - Promedio estimado (verde).

	ANA MONROY	ARQUETIPO SAS	FUNDACION ANFIBIA	TALLER DE DISEÑO	RESEÑAL SAS	PROMEDIO		VARIACIÓN VALROES EXTREMOS
1 gigantografía	$ 70.000.000,00	$ 48.600.000,00	$ 60.000.000,00	$ 22.121.516,00	$ 62.400.000,00	$ 52.624.303,20	GIGANTOGRAFIA	216%
3 modulos	$ 118.500.000,00	$ 37.794.000,00	$ 85.500.000,00	$ 25.837.200,00	$ 34.980.000,00	$ 60.522.240,00	MODULOS	
Valor unitario módulo	$ 39.500.000,00	$ 12.598.000,00	$ 28.500.000,00	$ 8.612.400,00	$ 11.660.000,00	$ 20.174.080,00		359%

El porcentaje de diferencia derivado de la variación afecta el promedio de los valores, razón por la cual se eliminan los valores extremos (mayores y menores), con el fin dea promediar sobre una media aritmética con valores sin dispersión de datos entre la distancia entre el mayor y el menor de los datos del conjunto. En ese sentido, se seleccionaron los valores de la propuesta de Arquetipo SAS, Fundación Anfibia y Reseña SAS.

		ARQUETIPO SAS	FUNDACION ANFIBIA		RESEÑAL SAS	
1 gigantografía		$ 48.600.000,00	$ 60.000.000,00		$ 62.400.000,00	$ 57.000.000,00
3 modulos		$ 37.794.000,00	$ 85.500.000,00		$ 34.980.000,00	$ 52.758.000,00
Valor unitario módulo		$ 12.598.000,00	$ 28.500.000,00		$ 11.660.000,00	$ 17.586.000,00

La ponderación anteriormente ajustada, arraja como valores unitarios promedio por cada lote los siguientes:

CANTIDAD	ITEM	VALOR UNITARIO
1	GIGANTOGRAFÍA	$ 57.000.000
1	MÓDULO DE ARQUEOLOGÍA	$ 17.586.000

Cobijado por un Acuerdo Comercial.

Acuerdo Comercial	Entidad Estatal Incluida	Presupuesto del proceso de contratación superior al valor del Acuerdo Comercial	Excepción Aplicable al Proceso de Contratación	Proceso de Contratación cubierto por el Acuerdo Comercial
CANADA	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
CHILE	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
ESTADOS UNIDOS	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO

EL SALVADOR	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
GUATEMALA	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
HONDURAS	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
LIECHTENSTEIN	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
SUIZA	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
MÉXICO	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
UNIÓN EUROPEA	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO
COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	SI/NO	SI/NO	SI/NO	SI/NO

De conformidad con lo establecido en el Manual para el manejo de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación (M-MACPC-13).

Clasificación UNSPSC

Clasificación de Bienes y Servicios en el sistema de codificación de las Naciones Unidas – UNSPSC. - GIGANTOGRAFIA

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	NOMBRE
82	10	18	00	Servicios de agencia de publicidad
82	14	15	00	Servicios de diseño artístico
82	10	15	00	Publicidad Impresa
72	15	40	24	Servicio de herrajes y trabajos de metalistería ornamentales

Clasificación de Bienes y Servicios en el sistema de codificación de las Naciones Unidas – UNSPSC. - MODULOS ARQUEOLOGÍA

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	NOMBRE
55	12	17	00	Señalización
55	12	10	00	Señalizaciones
81	10	15	00	Ingeniería civil y arquitectura

Índice Capacidad Financiera y Organizacional, Comportamiento de los índices del sector

Con el propósito de verificar la capacidad financiera de los proponentes, el Instituto Distrital de Patrimonio calculó los indicadores señalados a continuación, teniendo en cuenta lo establecido en el manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los Procesos de Contratación de Colombia Compra Eficiente y el Decreto 1082 del 2015 que son reportados en el Registro Único de Proponentes.

La capacidad financiera y organizacional del sector se observó teniendo en cuenta su comportamiento en las última vigencia de las empresas del sector, por lo que a continuación se evidencian los indicadores citados en el decreto 1082 de 2015 y que son reportados en el Registro Único de Proponentes. De acuerdo con la información publicada en las bases de datos de proveedores SECOP II en cuanto a Estados Financieros por clasificación UNSPSC.

Ahora bien, En este estudio se realizó una búsqueda de las empresas del sector servicios como es Diseño Gráfico, Publicidad y empresas con las características similares al objeto del proceso de contratación, se tomaron los estados financieros publicados en la superintendencia de sociedades para determinar los indicadores de capacidad financiera y los indicadores de capacidad organizacional.

Comportamiento de los índices: Muestra aleatoria de 181 empresas a nivel nacional.

Índice de Liquidez = Activo corriente / Pasivo corriente.

Indicador que determina la capacidad que tiene un proponente para cumplir con sus obligaciones de corto plazo. A mayor índice de liquidez, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones de corto plazo. Donde el promedio de la liquidez arroja lo siguiente:

RANGO DEL INDICADOR DE LIQUIDEZ	CANTIDAD DE EMPRESAS	
0 - 1,00	26	14,00%
1,1 A 1,49	45	25,00%
1,5 A 2,00	41	23,00%
2,01 A 5	45	25,00%
> 5	24	13,00%
TOTAL	**181**	**100%**

Índice de Endeudamiento = Pasivo Total / Activo Total.

Determina el grado de endeudamiento en la estructura de financiación (pasivos y patrimonio) del proponente. A mayor índice de endeudamiento, mayor es la probabilidad del proponente de no poder cumplir con sus pasivos. La muestra refleja que el 35.91% corresponde a 65 empresas con el mayor índice de endeudamiento.

RANGO DE ENDEUDAMIENTO	CANTIDAD DE EMPRESAS	
0 - < 30%	22	12,15%
30% <50%	42	23,20%
50% < 60%	26	14,36%

60 <65%	10	5,52%
65% <= 70%	16	8,84%
> 70%	65	35,91%
TOTAL	**181**	**100,00%**

Razón de Cobertura de Intereses = Utilidad operacional / gastos de intereses

Es la capacidad del proponente de cumplir con sus obligaciones financieras. A mayor cobertura de intereses, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones financieras.

La muestra refleja que 30.94% corresponde 56 empresas con el mayor índice de cobertura de intereses.

RANGO CUBERTURA DE INTERESES	CANTIDAD DE EMPRESAS	
<0	40	22,10%
Gastos de intereses = 0 INDETERMINADO	28	15,47%
>0 - 1	27	14,92%
>1- 3	21	11,60%
>3 - 5	9	4,97%

>5	56	30,94%
TOTAL	**181**	**100,00%**

Nota: El valor indeterminado corresponde a Empresas que no poseen pago por concepto de intereses durante el periodo analizado, por lo tanto, cumplen plenamente por este indicador.

Rentabilidad sobre activos = Utilidad operacional / activo total

Determina la rentabilidad de los activos del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo. A mayor rentabilidad sobre activos, mayor es la rentabilidad del negocio y mejor la capacidad organizacional del proponente.

La muestra refleja que 72.93% corresponde a 132 empresas con el mayor índice de rentabilidad sobre activos.

RANGO RENTABILIDAD DEL ACTIVO	**CANTIDAD DE EMPRESAS**	
< 0%	49	27,07%
>0 - 3%	32	17,68%
>3%- 10%	54	29,83%
> 10%	46	25,41%
TOTAL	**181**	**100,00%**

Rentabilidad sobre Patrimonio = Utilidad operacional / patrimonio

Determina la rentabilidad del patrimonio del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el patrimonio. A mayor rentabilidad sobre el patrimonio, mayor es la rentabilidad de los accionistas y mejor la capacidad organizacional del proponente.

La muestra estudiada por el IDPC refleja que 76.86% corresponde 139 empresas con el mayor índice de rentabilidad sobre patrimonio.

RANGO RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	**CANTIDAD DE EMPRESAS**	
< 0%	42	23,20%
>0 - 3%	16	8,84%
>3%- 10%	24	13,26%
> 10%	99	54,70%
TOTAL	**181**	**100,00%**

Muestra 181 empresas. Criterios recomendados.

	LIQUIDEZ	**ENDEUDAM IENTO**	**RENTABI LIDAD SOBRE ACTIVOS**	**RENTABI LIDAD SOBRE PATRIMONIO**	**COBERT URA INTERE SES**
CRITERIOS RECOMEN DADOS	MAYOR O IGUAL A 1,5 VECES	MENOR O IGUAL A 70%	MAYOR O IGUAL A 3%	MAYOR O IGUAL A 3%	MAYOR O IGUAL A 1 VECES
% DE LA MUESTRA QUE CUMPLE EL CRITERIO	61%	64%	73%	77%	63%

En el Indicador de Liquidez, se determina a través de la mediana para estimar el intervalo de confianza con un 95%; con base a lo cual se determina que en el presente proceso el indicador de liquidez debe estar mayor o igual a 1,5.

En el Indicador de nivel de endeudamiento se determina a través el valor de la mediana para estimar el intervalo de confianza con un 95%; con base a lo cual se determina que en el presente proceso el indicador de liquidez debe encontrarse menor o igual al 70%.

En el Indicador de Cobertura de intereses, se determina a través el valor de la mediana para estimar el intervalo de confianza con un 95%; con base a lo cual se determina que en el presente proceso el indicador de liquidez debe estar mayor o igual 1 vez.

En el Indicador de Rentabilidad del activo, se determina a través del valor de la mediana para estimar el intervalo de confianza con un 95%; con base a lo cual se determina que en el presente proceso el indicador de liquidez debe estar mayor o igual a 3%.

En el Indicador de Rentabilidad del patrimonio, se determina a través del valor de la mediana para estimar el intervalo de confianza con un 95%; con base a lo cual se determina que en el presente proceso el indicador de liquidez debe estar mayor o igual a 3%.

Análisis de los valores máximos y mínimos de los indicadores definidos

Criterios para la fijación de los límites de los indicadores.

El Instituto Distrital de Patrimonio, para la fijación de los límites de los indicadores de capacidad financiera y operacional, ha tomado en cuenta diferentes criterios, con el fin de no limitarse a la aplicación mecánica de fórmulas matemáticas (Decreto 1082 de 2015, Art. 2.2.1.1.1.6.2), estos son:

- La proporcionalidad con el objeto del contrato, su valor, complejidad, plazo y forma de pago, así como las condiciones generales que definen el comportamiento del sector.
- La proporcionalidad con el riesgo asociado al proceso de contratación. El cumplimiento de los indicadores financieros y de capacidad organizacional por parte de los proponentes, tienen incidencia directa en la mitigación de los riesgos del proceso.
- El establecimiento de dichos indicadores debe conservar el cumplimiento del principio de la selección objetiva mediante la promoción de la libre concurrencia y la pluralidad de ofertas dentro del proceso.
- Los indicadores de capacidad financiera y operacional deben motivar la competencia en el mercado.

- La proporcionalidad con la capacidad financiera y operacional del sector económico al cual pertenece el objeto del proceso.

Análisis de los indicadores de capacidad financiera exigidos

Con base en el análisis del sector realizado es posible concluir que existe pluralidad de oferentes frente al cumplimiento de los indicadores entorno al valor promedio de ellos. No obstante, teniendo en cuenta los criterios para la fijación de los límites de los indicadores el Instituto Distrital de Patrimonio establece los siguientes para el presente proceso.

Referencias

1. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_dic20.pdf

2. https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/importaciones

3. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim20_producion_y

_gasto.pdf

4. https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales/cuentas-nacionales-departamentales-pib-trimestral-bogota-d-

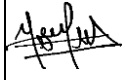
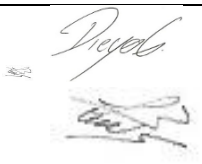
5. https://andigraf.com.co/wp-content/uploads/2021/03/Bolet%C3%ADn-Econ%C3%B3mico- 2020-a%C3%B1o-cerrado.pdf

6. https://www.portafolio.co/las-tendencias-en-la-industria-de-la-publicidad-en-colombia-545022

7. https://www.andacol.com/index.php/75-revista-anda/revista-anda-41/458-la-publicidad-y-el- crecimiento-económico

8. https://andigraf.com.co/industria-grafica-un-sector-con-oportunidades-en-el-exterior/

9. https://www.ccb.org.co/observatorio/Economia/Economia-dinamica-incluyente-e-innovadora/Sectores

	NOMBRE	FIRMA
Proyectó	**Yeinner Andrés López Narváez** Contratista, Subdirección de Gestión Territorial	
Revisó	**Diego Fernando Gelvez** Contratista, Subdirección de Gestión Territorial **Adriana Bernao Gutierrez** Contratista, Subdirección de Gestión Territorial	
Aprobó	**Miguel Angel Villamizar Vega** Subdirector (e), Subdirección de Gestión Territorial	