



ANÁLISIS DEL SECTOR

Contrato No. 110-00129-286-0-2018.

Objeto: Realizar la estructuración integral del proceso de selección para la Concesión de Mobiliario Urbano de la ciudad de Bogotá D.C



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA
Departamento Administrativo de la
Defensoría del Espacio Público

ESTUDIO DEL SECTOR

DADEP-LP-494-2019

OBJETO

OTORGAR EN CONCESIÓN LA REALIZACIÓN DEL DISEÑO, LA FABRICACIÓN, EL SUMINISTRO, LA INSTALACIÓN, LA ACTUALIZACIÓN, EL MANTENIMIENTO, LA OPERACIÓN, EL TRASLADO Y LA REPOSICIÓN DEL MOBILIARIO URBANO DE BOGOTÁ D.C.

DEPENDENCIA

SUBDIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN INMOBILIARIA Y DE ESPACIO PÚBLICO

BOGOTÁ D.C., OCTUBRE 2019

Cra.30 No. 25-90 Piso 15
Bogotá D.C. Código Postal 111311
PBX: 3822510
www.DADEP.gov.co
Info: Línea 195

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

TABLA DE CONTENIDO

ESTUDIO DEL SECTOR	<u>¡Error! Marcador no definido.2</u>
1. INTRODUCCIÓN	2
2. ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR.....	2
2.1. ASPECTOS GENERALES.....	2
2.1.1. OBJETO DEL CONTRATO	3
2.1.2. ANÁLISIS CONTEXTUAL.....	3
2.1.2.1. ANÁLISIS ECONOMICO.....	3
2.1.2.1.1. PRODUCTO INTERNO BRUTO	3
2.1.2.1.2. SECTOR DE LA PUBLICIDAD	5
2.1.2.2. ANÁLISIS TÉCNICO.....	8
2.1.2.3. PROVEEDORES DE MOBILIARIO URBANO.....	11
2.1.2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	12
2.1.2.5. ANÁLISIS CONTRATOS DE CONCESIÓN EN COLOMBIA	14
2.1.2.6. ANÁLISIS DEL CONTRATO DE LA CONCESIÓN RECIENTE	15
2.1.2.6. CLASIFICACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS DE LAS NACIONES UNIDAS UNSPSC	16
2.2. ESTUDIO DE LA OFERTA	18
2.2.1. AGENTES QUE COMPONEN EL SECTOR	18
2.2.2. INDICADORES FINANCIEROS DEL SECTOR SIREM	22
2.2.3. INDICADORES FINANCIEROS DEL PROCESO	22
2.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	23
2.4. ANÁLISIS DE RIESGOS.	25
3. CONCLUSIONES.....	26



1. INTRODUCCIÓN

El presente documento se elabora conforme a las disposiciones previstas en el Decreto 1082 de 2015 y en la “Guía para la Elaboración de Estudios de Sector” versión G-EES-02 publicada el veintisiete (27) de diciembre de 2013 y actualizada el tres (3) de mayo de 2017 por la agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente.

De acuerdo al artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 que establece el deber de análisis de las Entidades Estatales. *“La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso”*, el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público procede a realizar el análisis del sector, de acuerdo a la guía publicada en el portal único de contratación en la página de internet de Colombia Compra Eficiente con el objetivo de llevar a cabo el proceso para **“OTORGAR EN CONCESIÓN LA REALIZACIÓN DEL DISEÑO, LA FABRICACIÓN, EL SUMINISTRO, LA INSTALACIÓN, LA ACTUALIZACIÓN, EL MANTENIMIENTO, LA OPERACIÓN, EL TRASLADO Y LA REPOSICIÓN DEL MOBILIARIO URBANO DE BOGOTÁ D.C.”**

El Análisis del Sector como parte de los estudios previos del proceso de contratación, consiste en el deber de las Entidades Estatales de establecer el contexto del proceso de contratación en materia jurídica, financiera, económica, técnica y manejo del riesgo.

2. ESTRUCTURA DEL ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

2.1. ASPECTOS GENERALES

El Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público - DADEP fue creado como un Departamento Administrativo de la Administración Central de Bogotá mediante el Acuerdo Distrital 18 de 1999, teniendo como objetivo contribuir al mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad, por medio de una eficaz defensa del espacio público, de una óptima administración de su patrimonio inmobiliario y de la construcción de una nueva cultura del espacio público que garantice su uso y disfrute común y la participación comunitaria.

Dentro de las funciones del Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público - DADEP, entre otras, están: *“a. Administrar los bienes que hacen parte del espacio público distrital ... (...) ... e. Instaurar las acciones judiciales y administrativas necesarias para el cumplimiento de las funciones asignadas al Departamento ... (...) ... g. promover en coordinación con las autoridades competentes un espacio público adecuado para todos. h. coordinar y promover con las autoridades distritales y locales actividades que promuevan el buen uso del espacio público y prevengan su deterioro.”*

En este sentido y guardando relación con el Plan de Desarrollo - Plan 2016 - 2020 “**BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS**” y uno de sus pilares llamado “**Democracia Urbana**”, el cual tiene como propósito “incrementar y mejorar el espacio público, el espacio peatonal, y la infraestructura pública disponible para los habitantes y visitantes de Bogotá, mediante la ejecución de programas orientados a materializar el principio constitucional de igualdad de todos ante la ley y la primacía del interés general sobre el particular”, se centrará este proyecto.

Con el fin de cumplir a cabalidad con las funciones del DADEP antes mencionadas, así como las metas de la entidad frente al Plan de Desarrollo vigente y atender cada uno de los objetivos trazados en dicho plan en materia de Espacio Público, se requiere adelantar la contratación de la nueva concesión de mobiliario urbano de la Ciudad, para lo cual la Entidad ha implementado dos etapas: la primera de ellas corresponde a la contratación de un consultor especializado técnica, financiera y legalmente para realizar la estructuración integral del nuevo contrato de concesión y, la segunda, corresponde a la contratación del concesionario que tendrá bajo sus responsabilidades la realización y el financiamiento de: el diseño, la fabricación, el suministro, la instalación, la actualización, el mantenimiento, la operación, el traslado y la reposición del mobiliario urbano de Bogotá D.C.; lo anterior, con sustento en los estudios y documentos técnicos, financieros y jurídicos elaborados por el consultor contratado para tal fin.

2.1.1. OBJETO DEL CONTRATO

Otorgar en concesión la realización del diseño, la fabricación, el suministro, la instalación, la actualización, el mantenimiento, la operación, el traslado y la reposición del mobiliario urbano de Bogotá D.C.

2.1.2. ANÁLISIS CONTEXTUAL

2.1.2.1. ANÁLISIS ECONOMICO

En el análisis económico se presentan dos aspectos importantes a tener en cuenta (i) las variables macroeconómicas que definen y afectan la economía de un país como el Producto Interno Bruto (PIB), (ii) los aspectos económicos del sector de la publicidad que es la actividad principal del objeto contractual.

2.1.2.1.1. PRODUCTO INTERNO BRUTO

El crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) durante el primer semestre de 2019, respecto al mismo periodo del año anterior, es de 3,0%. Todos los sectores en general tuvieron un crecimiento positivo pero las actividades que más explican este comportamiento son:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 4,4%.



- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y servicios sociales crece 3,5%.
- Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 3,6%

Tabla 1. Producto Interno Bruto - 2019 I Semestre.

Actividad económica	Tasas de crecimiento		
	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2019 ^{PR} - II / 2018 ^{PR} - II	2019 ^{PR} - I / 2018 ^{PR}	2019 ^{PR} - II / 2019 ^{PR} - I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,5	1,7	1,3
Explotación de minas y canteras	1,2	3,2	-1,7
Industrias manufactureras	0,6	1,7	1,1
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	2,6	2,9	0,9
Construcción	0,6	-2,4	2,6
Comercio al por mayor y al por menor ³	4,8	4,4	1,4
Información y comunicaciones	4,2	4,0	3,0
Actividades financieras y de seguros	4,6	5,0	1,0
Actividades inmobiliarias	3,1	3,1	0,8
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	3,6	3,6	-0,3
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	3,1	3,5	1,6
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	2,9	2,5	1,3
Valor agregado bruto	2,9	2,9	1,4
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	3,5	3,4	1,0
Producto Interno Bruto	3,0	3,0	1,4

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Fuente: Dane.

Desde el punto de vista de la demanda, el comportamiento del PIB en el primer semestre del año 2019 estuvo asociado al crecimiento del gasto de consumo final en 4,2% y la formación bruta de capital en 4,3%, las exportaciones en 3% y por ultimo las importaciones aumentaron en 8,2%.

Tabla 2. Componente del gasto - 2019 I Semestre.

Componentes del gasto	Tasas de crecimiento		
	Serie original		Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2019 ^{PR} - II / 2018 ^{PR} - II	2019 ^{PR} - I / 2018 ^{PR}	2019 ^{PR} - II / 2019 ^{PR} - I
Gasto de consumo final ²	4,2	4,3	1,4
Formación bruta de capital ³	4,3	4,3	3,1
Exportaciones	3,0	3,5	3,6
Importaciones	8,2	8,9	4,2
Producto Interno Bruto	3,0	3,0	1,4

Fuente: DANE, Cuentas Nacionales

Fuente: Dane.

En este momento la economía colombiana se encuentre en una recuperación gradual, sin embargo, el Gobierno Nacional redujo su perspectiva de crecimiento para el año 2019 al 3% que en principio preveía un crecimiento en su PIB del 3,5%.

2.1.2.1.2. SECTOR DE LA PUBLICIDAD

El sector principal del presente proceso corresponde al de la publicidad que forma parte del macro sector económico denominado servicios, clasificado de esta forma por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE

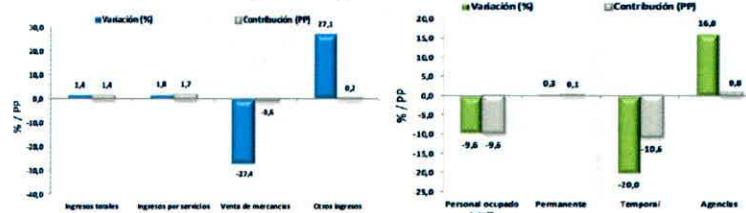
Para analizar el sector se consultó la Encuesta Mensual de Servicios (EMS) que es una operación estadística que realiza el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) obteniendo información de las principales variables del sector servicios para el análisis de su evolución en el corto plazo. La versión más reciente esta publicada en la página del DANE en https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol_ems_junio_19.pdf para junio del año 2019.

Tabla 3. EMS - Junio 2019



En este informe trece de los quince subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con junio de 2018, registrando a la producción de películas cinematográficas y programas de televisión con la mayor variación de 32,5% y la publicidad con el menor crecimiento que fue de 1,4% entre los trece sectores que crecieron.

Gráfico 1. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo y del personal ocupado total y por tipo de comparación.



Fuente: DANE – EMS

p Cifra provisional

(PP) Puntos porcentuales

* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias de suministro de personal.

Fuente: Dane

Según el Dane la variación de 1,4% en los ingresos totales, se explica por el incremento de 1,8% en los ingresos operacionales y de 27,1% en los otros ingresos operacionales. Por su parte, la venta de mercancías registró una disminución de 27,4%, en comparación con junio de 2018¹.

La variación de -9,6% en el personal ocupado total, se explica por la disminución de 20,0% en el personal temporal directo. Por su parte, el personal permanente registró un incremento de 0,3% y el personal contratado a través agencias un incremento de 16,0%, en comparación con junio de 2018.

Tabla 4. Variación año corrido a junio 2019

Tabla 4. Variación año corrido y doce meses de los ingresos nominales y del personal ocupado total, según subsector de servicios
Junio 2019*

Sección	División	Descripción	Ingresos		Personal Ocupado Total*		Ingresos		Personal Ocupado Total*	
			Variación (%) Año corrido	Variación (%) Año corrido	Variación (%) Año corrido	Variación (%) Año corrido	Variación (%) Doce meses	Variación (%) Doce meses	Variación (%) Doce meses	Variación (%) Doce meses
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	10,2	0,8	9,8	0,0				
I	División 53	Correo y servicios de mensajería	9,5	-1,3	8,9	0,5				
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	5,8	1,8	5,8	1,7				
J	División 58	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	19,4	4,3	15,9	3,2				
J	División 60 y Clase 8091	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-6,2	-5,5	-5,4	-3,1				
J	División 61	Telecomunicaciones	3,5	-1,2	3,5	-0,8				
J	División 62, División 63 excepto Clase 8301	Diseño de sistemas informáticos y procesamiento de datos	13,9	11,3	12,9	9,8				
LN	Sección L, División 68	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	11,8	1,4	9,9	0,1				
M	División 71	Actividades profesionales científicas y técnicas	-2,8	1,5	1,7	1,1				
M	División 74	Publicidad	7,0	0,2	1,8	0,2				
N	Divisiones 78, 80 y 81 excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	0,8	-3,0	4,8	-1,7				
N	División 82	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades	10,7	3,1	8,9	2,1				
P	Grupo 854	Educación superior privada	2,1	-1,8	2,5	-0,7				
Q	Divisiones 86 y 87 excepto Clase 8780	Salud humana privada	5,4	0,8	5,9	0,3				
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	7,0	3,5	8,7	3,1				

Fuente: DANE – EMS

p Cifra provisional

* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias de suministro de personal.

Fuente: Dane

¹ https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol_ems_junio_19.pdf

El anterior grafico podemos evidenciar que el sector de la publicidad muestra un incremento en ingresos nominales del 2%, como se aprecia en la figura. De los 15 sectores 2 presentaron un porcentaje negativo en el crecimiento de sus ventas y el sector de la publicidad fue uno de los que menos creció.

Adicionalmente para complementar el análisis del sector se realizó la consulta en las bases de datos del Sistema de Información y Riesgo Empresarial (SIREM) de la situación financiera del sector de la publicidad con código CIU 7310 haciendo un comparativo entre el año 2015 y 2018. De acuerdo con la búsqueda realizada para el año 2019 no se encontró la información financiera en curso puesto que su corte es a 31 de diciembre de cada año.

Tabla 5. Estado de situación Financiera del sector de la publicidad comparativo 2015 - 2018

Estado de situación financiera	31/12/2015		31/12/2016		31/12/2017		31/12/2018		Análisis horizontal		
		%		%		%		%	2015 - 2016	2016 - 2017	2017 - 2018
Activos											
Activos corrientes totales	\$ 3.289.550.334	70%	\$ 2.760.762.561	71%	\$ 1.972.746.912	64%	\$ 1.645.380.648	64%	-16%	-29%	-17%
Total de activos no corrientes	\$ 1.439.782.694	30%	\$ 1.139.149.353	29%	\$ 1.107.850.602	36%	\$ 940.581.998	36%	-21%	-3%	-15%
Total de activos	\$ 4.729.333.028	100%	\$ 3.899.911.914	100%	\$ 3.080.597.514	100%	\$ 2.585.962.646	100%	-18%	-21%	-16%
Pasivos											
Pasivos corrientes totales	\$ 2.413.882.486	51%	\$ 2.122.573.589	54%	\$ 1.571.600.146	51%	\$ 1.243.408.403	48%	-12%	-26%	-21%
Total de pasivos no corrientes	\$ 641.010.604	14%	\$ 482.944.285	12%	\$ 408.746.452	13%	\$ 332.238.854	13%	-25%	-15%	-19%
Total Pasivos	\$ 3.054.893.090	65%	\$ 2.605.517.874	67%	\$ 1.980.346.598	64%	\$ 1.575.647.257	61%	-15%	-24%	-20%
Patrimonio											
Patrimonio total	\$ 1.674.439.938	35%	\$ 1.294.394.040	33%	\$ 1.100.250.916	36%	\$ 1.010.315.389	39%	-23%	-15%	-8%
Total de patrimonio y pasivos	\$ 4.729.333.028	100%	\$ 3.899.911.914	100%	\$ 3.080.597.514	100%	\$ 2.585.962.646	100%	-18%	-21%	-16%

Fuente: Sistema de Información y Riesgo Empresarial (SIREM)

De acuerdo con las cifras que brinda el sector se muestra una disminución constante en activo, pasivo y patrimonio año a año, adicional a esto se puede observar lo siguiente:

- El pasivo participa entre el 64% y 67% y el patrimonio oscila entre el 33% y 36% , con una participación estable en el período analizado.
- El activo corriente de los 4 años fluctúa entre el 64% y el 71%
- El pasivo total se mantiene entre el 61% y el 67% sobre el activo total
- El año que menos presento disminución de sus activos totales fue del 2017 al 2018 con una variación del 16%.

Tabla 5. Estado de resultados integral del sector de la publicidad comparativo 2015 - 2018



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA
Departamento Administrativo de la
Defensoría del Espacio Público

Estado de Resultados Integrales (ERI)									Análisis horizontal		
	31/12/2015	%	31/12/2016	%	31/12/2017	%	31/12/2018	%	2015 - 2016	2016 - 2017	2017 - 2018
Ingresos de actividades ordinarias	\$ 1.856.357.285	100%	\$ 2.627.738.711	100%	\$ 2.647.006.512	100%	\$ 2.149.146.766	100%	42%	1%	-19%
Costo de ventas	\$ 764.637.799	41%	\$ 1.279.930.437	49%	\$ 1.298.953.642	49%	\$ 965.520.016	45%	67%	1%	-26%
Ganancia bruta	\$ 1.091.719.486	59%	\$ 1.347.808.274	51%	\$ 1.348.052.870	51%	\$ 1.183.626.750	55%	23%	0%	-12%
Otros ingresos	\$ 166.160.507	9%	\$ 76.585.287	3%	\$ 60.252.516	2%	\$ 59.875.477	3%	-54%	-21%	-1%
Gastos de ventas	\$ 241.884.682	13%	\$ 475.858.960	18%	\$ 516.126.516	19%	\$ 449.914.245	21%	97%	8%	-13%
Gastos de administración	\$ 703.331.623	38%	\$ 810.819.022	31%	\$ 755.767.833	29%	\$ 677.156.074	32%	15%	-7%	-10%
Otros gastos	\$ 38.422.455	2%	\$ 58.130.211	2%	\$ 34.841.711	1%	\$ 57.393.997	3%	51%	-40%	65%
Otras ganancias (pérdidas)	\$ 9.937.388	1%	\$ 32.499.140	1%	\$ 32.163.267	1%	\$ 10.601.343	0%	227%	-1%	-67%
Ganancia (pérdida) por actividades de operación	\$ 284.178.621	15%	\$ 112.084.508	4%	\$ 133.732.593	5%	\$ 68.956.387	3%	-61%	19%	-48%
Diferencia entre el importe en libros de dividendos pagaderos	\$ -	0%	\$ 603.156	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	100%	-100%	0%
Ingresos financieros	\$ 40.077.731	2%	\$ 27.341.756	1%	\$ 25.558.057	1%	\$ 46.834.914	2%	-32%	-7%	83%
Costos financieros	\$ 48.475.548	3%	\$ 69.085.083	3%	\$ 68.974.775	3%	\$ 101.144.892	5%	43%	0%	47%
Otros ingresos (gastos) procedentes de subsidiarias, entidades controladas	\$ 889.970	0%	\$ 998.968	0%	\$ 3.494.919	0%	\$ -	0%	-212%	250%	-100%
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	\$ 16.794.621	1%	\$ 40.684.648	2%	\$ 49.867.178	2%	\$ -	0%			
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones discontinuadas	\$ -	0%	\$ 358.636	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	142%	23%	-100%
Ganancias (pérdidas) que surgen entre el costo amortizado y el valor razonable	\$ -	0%	\$ 1.336.230	0%	\$ 1.664.502	0%	\$ 8.081.652	0%	100%	-100%	0%
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	\$ 293.465.395	16%	\$ 111.557.611	4%	\$ 138.352.636	5%	\$ 6.564.757	0%	100%	25%	-586%
Ingreso (gasto) por impuestos	\$ 69.188.428	4%	\$ 86.706.142	3%	\$ 89.909.388	3%	\$ 64.974.956	3%	-62%	24%	-95%
Ganancia (pérdida)	\$ 224.276.967	12%	\$ 24.851.469	1%	\$ 48.443.248	2%	\$ 58.410.199	-3%	25%	4%	-28%
									-89%	95%	-221%

Fuente: Sistema de Información y Riesgo Empresarial (SIREM)

Según el comparativo del Estado de Resultados Integrales (ERI) entre el año 2015 al 2018 se evidencia lo siguiente:

- En los ingresos operacionales el sector de la publicidad tuvo un incremento del 42% del año 2015 al 2016, frente al 2016 y 2017 se mantuvo estable, y tuvo una disminución considerable del 19% para el año 2018.
- Sus costos de ventas, gastos de ventas y administrativos significaron entre el 92% y 98% de los ingresos operacionales para estos 4 años.
- Sus costos financieros estuvieron alrededor del 3% a excepción del año 2018 que aumentaron al 5%, registrando el mayor costo financiero en los 4 años
- El año 2015 el sector tuvo la mayor ganancia registrada con un 12% para los siguientes años su ganancia disminuyó notablemente llegando al 1% y 2% para los años 2016 y 2017 correspondientemente y en el año 2018 presento una pérdida del -3%.

2.1.2.2. ANÁLISIS TÉCNICO

La definición de Mobiliario Urbano que incorpora el artículo 2.2.1.1 del Decreto Único Reglamentario 1077 de 2015, según la cual este es el “conjunto de elementos, objetos y construcciones dispuestos o ubicados en la franja de amueblamiento, destinados a la utilización, disfrute, seguridad y comodidad de las personas y al ornato del espacio público”. De igual forma, la anterior definición va de la mano con uno de los pilares del Plan de Desarrollo - Plan 2016 - 2020 “BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS” denominado “Democracia Urbana”, sobre el cual versará el proyecto y que tiene como propósito “incrementar y

Cra.30 No. 25-90 Piso 15
Bogotá D.C. Código Postal 111311
PBX: 3822510
www.DAEP.gov.co
Info: Línea 195

BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

mejorar el espacio público, el espacio peatonal, y la infraestructura pública disponible para los habitantes y visitantes de Bogotá, mediante la ejecución de programas orientados a materializar el principio constitucional de igualdad de todos ante la ley y la primacía del interés general sobre el particular”.

En este sentido, entendiendo Mobiliario Urbano como aquellos elementos instalados en una ciudad para mejorar el confort o la atención a los ciudadanos en la calle. Muchos de estos elementos tienen la opción de ser, además, soportes publicitarios: paradas de autobús, depósitos para recogida de basuras, etc. Esto con el fin de prestar un servicio a la ciudadanía, ya que son muchos los elementos urbanos que ocupan las calles de una ciudad y que están instalados para cumplir una misión determinada, que corresponde a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Actualmente las ciudades intentan posicionarse como “ecosistémicas”, es decir, más eficientes, digitales, inteligentes, sostenibles, participativas y con una mayor calidad de vida para sus habitantes gracias al uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). La visión organicista de la ciudad inteligente considera el espacio urbano como un “sistema de sistemas”, con un flujo de datos que hay que optimizar, entendiendo este concepto como un instrumento al servicio de una visión de futuro: un proyecto inteligente de ciudad al servicio de una estrategia de transformación que impulse la sostenibilidad social (cohesión-ciudadanía-participación), económica (desarrollo local) y medioambiental (cambio climático, eco-eficiencia).

En el trabajo de mejoramiento y apropiación del Mobiliario Urbano como parte fundamental del desarrollo urbano de las ciudades se identificó que tanto a nivel internacional como nacional se han adelantado en este tema procesos de concesión, ya que las inversiones son cuantiosas y se requiere un conocimiento específico tanto a nivel técnico, como comercial para poder cumplir con los requerimientos no solo del contrato, que por lo general son a largos plazos, sino también de la ciudad. El Mobiliario Urbano en la actualidad se ha convertido en parte fundamental de la cotidianidad de las ciudades, pues además de dar un aspecto agradable a un lugar, permitir el desarrollo de diferentes actividades, favorece el sector turístico que es indispensable en el crecimiento económico de un lugar. Es así como grandes ciudades en el mundo han apostado por mejorar e invertir en su Mobiliario Urbano por medio de procesos como el presente, un ejemplo de ello es, Ámsterdam, Madrid, Tokio, Quito, Guayaquil y en Colombia, Barranquilla, Santa Marta, Bucaramanga, Medellín, Cali, Ibagué y Neiva.

Es por esto, que el DADEP en aras de alcanzar lo anterior identifica las siguientes actividades que harán parte del alcance del contrato de Concesión:

- a. Elaboración de los estudios y diseños técnicos y tecnológicos de todos y cada uno de los elementos alcance del contrato.
- b. Ejecución de los trabajos de desmonte de los elementos existentes a ser retirados de acuerdo con las solicitudes transmitidas por la Entidades Distritales y aprobadas por el DADEP.
- c. Ejecución de los trabajos de diseño, fabricación, instalación de nuevos elementos.



- d. Traslado de elementos en caso de ser necesario y sus obras complementarias.
- e. Tratamiento según la norma vigente de todos los residuos y/o escombros generados como resultado de los trabajos alcance del contrato.
- f. Solicitud de permisos para la ejecución del contrato.
- g. Almacenaje de mobiliario.
- h. Mantenimiento, reposición y conservación del mobiliario alcance del contrato.
- i. Explotación de los espacios publicitarios designados dentro del anexo técnico alcance del contrato.
- j. Instalación de información institucional designadas dentro del anexo técnico
- k. Actualización de la información registrada del mobiliario alcance del contrato.
- l. Pago de retribución al Distrito
- m. Gestión comercial para la disposición final de mobiliario desinstalado definitivamente.

Las especificaciones para el desarrollo del objeto contractual del presente proceso se detallan en el “ANEXO TÉCNICO”, el cual hace parte de los documentos del proceso contractual.

Esto tiene como objetivo desarrollar un Modelo de Mobiliario Inteligente en Bogotá que permita encaminar las políticas hacia la visión de ciudad inteligente enfocadas en el interés general. En “Ciudades del futuro: inteligentes, digitales y sostenibles”², se plantea la necesidad del uso de la tecnología como parte de un modelo global de ciudad, dando paso a las nuevas formas de actividad económica urbana y a las nuevas tecnologías que están relacionadas con la economía colaborativa, que implica competitividad económica y de mercado abriendo la puerta a procesos como el presente.

FASES DEL CONTRATO. Para efectos del Contrato de Concesión a celebrarse, la Fase de Ejecución estará dividida en las siguientes etapas:

i. Etapa preliminar: será de seis (6) meses contados desde la suscripción del acta de inicio en la cual el concesionario deberá (i) elaborar los estudios y diseños del Mobiliario Urbano (ii) obtener la aprobación de éstos por parte de la Autoridad Gubernamental competente y (iii) confeccionar o fabricar el Mobiliario Urbano. Igualmente, durante esta etapa el Concesionario también deberá cumplir con las obligaciones de operación y mantenimiento sobre el Mobiliario Urbano existente.

ii. Etapa de instalación: se extenderá desde la culminación de la Etapa Preliminar hasta la finalización del plazo de ejecución. En dicha etapa el Concesionario deberá cumplir con una programación específica anual de instalación del mobiliario urbano, de conformidad con lo establecido en los Anexos Técnico y Financiero. Igualmente, durante esta etapa el Concesionario también deberá cumplir con las obligaciones de operación y mantenimiento sobre el Mobiliario Urbano existente.

² Ontiveros, Emilio. Vizcaino, Diego y López, Verónica. 2017. Ciudades del futuro: inteligentes, digitales y sostenibles.

iii. Etapa de Reversión: se inicia cinco (5) meses antes de la finalización del plazo de ejecución del Contrato a fin de llevar a cabo las actividades descritas, tanto en las cláusulas vigésima segunda y vigésima tercera del Contrato, como las contenidas en el Anexo Técnico con su correspondiente actualización, en los parámetros previstos en el artículo 19 de la Ley 80 de 1993. Igualmente, durante esta etapa el Concesionario también deberá cumplir con las obligaciones de operación y mantenimiento sobre el Mobiliario Urbano existente.

Una vez se firme el acta de reversión o finalice este plazo sin la firma de dicha acta, comenzará el plazo para la liquidación del Contrato, el cual será de seis (6) meses.

El plazo de ejecución del Contrato será de quince (15) años contados desde la fecha de suscripción del Acta de Inicio, lo cual se deberá llevar a cabo dentro de los tres (3) días siguientes al cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del Contrato establecidos y los demás que se encuentren señalados para tal efecto en el pliego de condiciones y en el Contrato.

2.1.2.3. PROVEEDORES DE MOBILIARIO URBANO

En el país se encuentran diversidad de fabricantes de mobiliario urbano entre los que se encuentran:

- Inoxideas
- Socoda
- Compañía General de Aceros S.A.
- Fabriurbanos Ltda
- Mobiliario Urbano Colombia SAS.
- Ambiente Urbano
- Nature Play Colombia
- Distribuciones Royca
- Maderplas

Con respecto a los componentes digitales de los paraderos y paneles informativos, también se encuentran proveedores nacionales como:

- Digital Signage Colombia
- Vixonic
- Vioss Colombia
- Visual Led
- Electronika
- Kafka
- Arte Visual



Se observa que se encuentran en el mercado nacional proveedores.

Con respecto al mantenimiento de la infraestructura mobiliario, éste no es de mayor complejidad y dependerá de los materiales que utilice el nuevo concesionario en sus diseños. Igualmente, el mantenimiento de la tecnología tendrá que estar alineado con los sistemas escogidos y las fichas técnicas de cada uno de ellos.

2.1.2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El estudio de mercado realizado por el estructurador establece que la publicidad visual exterior es percibida como un medio cercano a las personas y que tiene la ventaja de que se pueden realizar formatos que impacten al público fácilmente. Los clientes deciden utilizar este medio por su exposición, y que además aporta alcance, frecuencia y visibilidad.

El mismo estudio encuentra, que el cliente decide implementar una campaña en paraderos para tener visibilidad ya que es un medio cercano a las personas y de fácil acceso. Casi siempre se utiliza para lanzamiento, posicionamiento o activaciones de campañas o marcas.

El público principal de la publicidad en paraderos son los transeúntes de la ciudad que esperan en el paradero y disponen de un tiempo muerto, por lo que están expuestos a la publicidad. El público secundario son todos los medios de transporte, los cuales tienen el impacto en un tiempo más corto.

Con respecto a las ventajas de esta publicidad en paraderos se encuentra que las personas a las cuales llega el mensaje están en un tiempo muerto, lo que les permite captar el mensaje.

Sin embargo, se requiere de un aforo grande y para lograr una presencia se necesita un buen presupuesto, como los tamaños del mobiliario son pequeños son menos visibles con respecto a otros medios de OOH, en algunos casos los tiempos no son suficientes en una misma ubicación para la pantalla y el vandalismo puede afectar la presencia de la marca.

Los costos son relativos ya que dependen del tipo de desarrollo que se implemente y de la bonificación que se les dé a los clientes. Cada anunciante tiene sus tarifas dependiendo de sus inversiones y la negociación privada entre proveedor y anunciante.

El estudio concluye que debe haber una convergencia entre la publicidad digital y los paraderos para que exista mayor versatilidad, trazabilidad y medición de las campañas.

La publicidad digital está tomando preponderancia principalmente por temas de medición y efectividad. Tiene una audiencia orgánica, segura y medible, ofrece formatos dinámicos, se puede segmentar y es el único medio donde se puede medir el retorno de la inversión.

Según IBOPE IWKS 2016 a 2018, el crecimiento de la inversión nacional en OOH ha sido del 0,39% y se prevé que se mantenga para el 2019.

El análisis de mercado identifica los siguientes proveedores de OOH:

- Efectimédios
- J&M Comunicaciones SAS
- JCDecaux
- Dolmen Visual

Con respecto a las tarifas, el estudio identifica una tarifa bruta de un paradero en Bogotá de cuatrocientos ochenta mil pesos, \$ 480.000 por una cara durante una semana.

Según IBOPE IWKS 2016 a 2018, los paraderos y paneles publicitarios, participan en un 92% del total del mercado nacional y de este porcentaje Bogotá tiene el 66%.

Se presenta la gráfica con la participación de los diferentes medios dentro del mercado OOH para Bogotá.



El análisis de mercado estima el valor de la inversión de OOH en Bogotá para los últimos tres años, según el total de inserciones registradas en la fuente IBOPE.

Año	Total de caras	Tarifa	Inversión
2016	154.848	\$ 372.000	\$ 57.603.456.000
2017	154.848	\$ 423.000	\$ 65.500.704.000
2018	154.848	\$ 456.000	\$ 70.610.688.000

Fuente: Base IBOPE IWKS 2016 a 2019

Dentro de las innovaciones que visualiza el medio se encuentran:

- Georreferenciación
- WIFI gratuita para usuarios

Cra.30 No. 25-90 Piso 15
 Bogotá D.C. Código Postal 111311
 PBX: 3822510
www.DAEP.gov.co
 Info: Línea 195

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**



- Recolección de Big Data
- Puertos para carga de celulares
- Pantallas digitales
- Desarrollos 3D

2.1.2.5. ANÁLISIS CONTRATOS DE CONCESIÓN EN COLOMBIA

Se presenta a continuación las cantidades de mobiliario incluidas dentro de las siguientes concesiones y que sirven de referente para establecer los requisitos habilitantes.

CAS Mobiliario S.A. - Medellín	Cantidades
Contrato No. 4600000102 de 2006	
Paraderos	750
Paneles publicitarios	750
Quioscos de ventas	
Paneles informativos	150
Bancas	1.350
Señales verticales	-
Total, unidades de mobiliario	3.000

Fuente: Secretaría de obras públicas, enero 2010, Proyecto Pliego Condiciones

EUCOL Cali	Cantidades
Contrato No. 007-00 de 2000	
Paraderos	430
Paneles publicitarios	430
Quioscos de ventas	160
Paneles informativos	50
Bancas	1.500
Señales verticales	6.800
Total unidades de mobiliario	9.370

Fuente: <http://www.concejodecali.gov.co/descargar.php?id=3204>

Se tuvo restricciones para obtener los contratos de concesión, por lo que se utilizaron las fuentes mencionadas anteriormente. Estas cantidades son el soporte para determinar los requisitos habilitantes y garantizar así la pluralidad de ofertas.

La Concesión de Eucol S.A. en Cali, va hasta el 26 de marzo de 2.021, de acuerdo al acta de inicio y el plazo de 20 años. La administración municipal recibe por regalías el 12% de los ingresos de Eucol y el 5% de las caras son entregadas para uso institucional. ³

En el 2006 la Alcaldía de Medellín adjudicó por 12 años la concesión de mobiliario urbano de Medellín al Consorcio Cas Mobiliario. Las regalías al Municipio fueron pactadas en un 15,56% de las ventas brutas de publicidad y el derecho a utilizar el 7,5% de las vitrinas publicitarios para campañas institucionales. ⁴

2.1.2.6. ANÁLISIS DEL CONTRATO DE LA CONCESIÓN RECIENTE

Se presenta a continuación las especificaciones del proceso y cantidades de mobiliario, que sirven de referente para establecer los requisitos habilitantes del presente proceso contractual.

EUCOL Bogotá	Cantidades
Numero de proceso	licitación pública 005 de 2000
Agentes que se presentaron en el proceso	Equipamientos Urbanos Nacionales de Eucol S.A (EUNACO S.A
Plazo de ejecución	Del 2.001 a agosto de 2019
Garantías solicitadas	De cumplimiento por USD \$2.000.000
	De responsabilidad civil extracontractual por USD \$2.000.000
	De estabilidad de obras por USD \$1.000.000
	De pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones al personal por USD \$500.000
Total, unidades de mobiliario	19.364

EUCOL Bogotá - Contrato No. 001 de 2001	
Instalación:	
Paraderos	1.113
Señales	447
Bancas	3.000
Canecas	3.000
Mantenimiento y reposición:	
Bancas M-30	960
Canecas M-120	2.000
Paneles publicitarios	1.113
Total	11.633

³ <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137627/concesion-de-eucol-hasta-el-26-de-marzo-de-2021/>

⁴ <https://www.elmundo.com/portal/pagina.general.impresion.php?id=105724>



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA
Departamento Administrativo de la
Defensoría del Espacio Público

EUCOL Bogotá - Modificación bilateral de 2.012	
Adiciones:	
Paraderos	500
Paneles publicitarios	500
Señales	5520
Paraderos IDU	1.211
Total	7.731

El objeto del contrato de concesión fue la financiación, el diseño, fabricación, suministro, instalación, reposición y mantenimiento del mobiliario urbano. El concesionario recibió como contraprestación el derecho a explotar la publicidad exterior visual únicamente sobre los paneles de publicidad. El plazo inicial de la concesión fue de doce (12) años. El valor del contrato fue indeterminado. La remuneración establecida para la Defensoría del Espacio Público fue de mil doscientos cincuenta millones de pesos (\$ 1.250.000.000) constantes de enero 1 de 2001.

Con la modificación bilateral del año 2012 se adicionó el contrato en once mil ochocientos millones de pesos de 2.012, para el suministro e instalación del mobiliario detallado anteriormente y el plazo se amplía en seis años. Se incluye una remuneración adicional de un millón trescientos veinte mil (\$1.320.000) pesos del 2001 por cada uno de los paraderos instalados de manera adicional, mas una remuneración variable adicional equivalente al 15% de las ventas brutas que excedieran un valor de veinticuatro mil doscientos millones (\$ 24.200.000.000) de pesos del año 2012.

2.1.2.6. CLASIFICACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS DE LAS NACIONES UNIDAS UNSPSC

Conforme con lo establecido en el Decreto 1082 de 2015, los productos y servicios objeto del contrato de concesión, se enmarcan en la siguiente clasificación UNSPSC⁵:

Tabla 7. Clasificador de bienes y servicios de Naciones Unidas

Grupo	Segmento	Familia	Clase
[72] Servicios de Edificación, Construcción de	[7210] Servicios de mantenimiento y reparaciones de	[721033] Servicios de mantenimiento y reparación de infraestructura	[72103301] Servicios o reparaciones o

⁵ **Nota 1:** La Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente a través de la Circular Externa N° 12 de 2014 estableció respecto de los niveles de clasificación lo siguiente: "(...) La clasificación del proponente no es un requisito habilitante sino un mecanismo para establecer un lenguaje común entre los participantes del Sistema de Compras y Contratación Pública. En consecuencia, las Entidades Estatales no pueden excluir a un proponente que ha acreditado los requisitos habilitantes exigidos en un Proceso de Contratación por no estar inscrito en el RUP con el código de los bienes, obras o servicios del objeto de tal Proceso de Contratación (...)."



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA
Departamento Administrativo de la
Defensoría del Espacio Público

Grupo	Segmento	Familia	Clase
Instalaciones y Mantenimiento	construcciones e instalaciones		mantenimiento de calles o parqueaderos
[81] Servicios Basados en Ingeniería, Investigación y Tecnología	[8110] Servicios profesionales de ingeniería y arquitectura	[811015] Ingeniería civil y arquitectura	[81101505] Ingeniería estructural
[81] Servicios Basados en Ingeniería, Investigación y Tecnología	[8110] Servicios profesionales de ingeniería y arquitectura	[811015] Ingeniería civil y arquitectura	[81101508] Ingeniería arquitectónica
[81] Servicios Basados en Ingeniería, Investigación y Tecnología	[8110] Servicios profesionales de ingeniería y arquitectura	[811017] Ingeniería eléctrica y electrónica	[81101701] Servicios de Ingeniería eléctrica
[84] Servicios Financieros y de Seguros	[8412] Banca e Inversiones	[841217] Asesoría de Inversiones	[84121701] Asesores de Inversiones
[82] Servicios de Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	[8210] Publicidad	[821015] Publicidad impresa	[82101502] Publicidad en afiches
[82] Servicios de Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	[8210] Publicidad	[821015] Publicidad impresa	[82101506] Servicio de publicidad en transporte público
[82] Servicios de Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	[8210] Publicidad	[821016] Publicidad difundida	[82101603] Publicidad en internet



2.2. ESTUDIO DE LA OFERTA

2.2.1. AGENTES QUE COMPONEN EL SECTOR

De acuerdo con el objeto a contratar, los posibles oferentes del presente proceso de contratación son todas aquellas personas naturales o jurídicas de origen nacional e internacional que acrediten en su objeto social o actividad comercial contemplen actividades relacionadas con el objeto del contrato, y que cumplan con los criterios de capacidad planteados en el proceso.

A continuación, se relaciona el listado de los posibles oferentes nacionales e internacionales, los cuales tienen experiencia en publicidad exterior visual y/o publicidad digital y/o mobiliario urbano, de: paraderos y/o quioscos de ventas y/o paneles publicitarios y/o paneles informativos y/o bancas y/o tótem informativo y/o tótem biciusuarios y/o señales verticales y/

Nacionales				
No.	Nombre de la empresa	NIT	Ciudad	Información de contacto
1	Efectimedios S.A	860.504.772-1	Bogotá	servicioalcliente@efectimedios.com
2	J&M Comunicaciones S.A.S.	830.075.502-9	Bogotá	dircomercialbogota@jimcomunicaciones.com
3	Dolmen Visual S.A.S	900.143.206-9	Barranquilla	info@dolmen.co
4	Organización Publicidad Exterior - OPE	860.045.764-2	Bogotá	info@ope.com.co
Internacionales				
	Nombre	No. De países en los que tiene presencia	Ciudad	Información de contacto
6	Clear Channel	23 países	Lima, Perú	comercial@clearchannel.com.pe
3	JCDecaux	13 países	Bogotá	alvaro.medina@jcdecaux.com

7	Grupo IMU	1 país	Ciudad de México, Mexico	ventas@imu.com.mx
9	ISA Corporativo	1 país	Ciudad de México, Mexico	direccioncomercial@isa.com.mx

Se exponen los resultados de la consulta a las bases de datos del Sistema de Información y Riesgo Empresarial (SIREM), administrado por la Superintendencia de Sociedades para establecer la información financiera de algunas de las empresas anteriormente mencionadas con corte al 31 de diciembre de 2018.

Tabla 8. Estado de situación Financiera empresas del sector de publicidad exterior.

Estado de situación financiera	Efectimedios S.A	J&M Comunicaciones S.A.S	JCDecaux.	Organización Publicidad Exterior SA
	31/12/2018	31/12/2018	31/12/2018	31/12/2018
Activos				
Activos corrientes totales	\$ 24.565.726	\$ 3.699.480	\$ 31.276.162	\$ 19.401.509
Total de activos no corrientes	\$ 27.607.889	\$ 5.874.127	\$ 14.009.699	\$ 33.297.774
Total de activos	\$ 52.173.615	\$ 9.573.607	\$ 45.285.861	\$ 52.699.283
Pasivos				
Pasivos corrientes totales	\$ 13.871.512	\$ 3.961.371	\$ 19.672.187	\$ 12.905.591
Total de pasivos no corrientes	\$ 4.495.521	\$ 3.839.611	\$ 822.266	\$ 3.387.527
Total Pasivos	\$ 18.367.033	\$ 7.800.982	\$ 20.494.453	\$ 16.293.118
Patrimonio				
Patrimonio total	\$ 33.806.582	\$ 1.722.625	\$ 24.791.408	\$ 36.406.165



Estado de situación financiera	Efectimedios S.A	J&M Comunicaciones S.A.S	JCDecaux.	Organización Publicidad Exterior SA
	31/12/2018	31/12/2018	31/12/2018	31/12/2018
Total de patrimonio y pasivos	\$ 52.173.615	\$ 9.573.607	\$ 45.285.861	\$ 52.699.283

Fuente: Sistema de Información y Riesgo Empresarial (SIREM)

Tabla 9. Estado de Resultados Integrales de empresas del sector de publicidad exterior.

Estado de Resultados Integrales (ERI)	Efectimedios	J&M Comunicaciones S.A.S	Equipamientos Urbanos Nacionales De Colombia S.A.	Organización Publicidad Exterior SA
	31/12/2018	31/12/2018	31/12/2018	31/12/2018
Ingresos de actividades ordinarias	\$ 69.358.613	\$ 12.699.473	\$ 53.041.688	\$ 24.572.782
Costo de ventas	\$ 48.421.431	\$ 9.015.474	\$ 36.620.064	\$ 5.643.114
Ganancia bruta	\$ 20.937.182	\$ 3.683.999	\$ 16.421.624	\$ 18.929.668
Otros ingresos	\$ 651.732	\$ 9.662	\$ 451.410	\$ 1.985.988
Gastos de ventas	\$ 14.057.216	\$ 947.230	\$ 3.324.658	\$ 0
Gastos de administración	\$ 3.927.147	\$ 1.707.683	\$ 6.554.505	\$ 15.733.775
Otros gastos	\$ 919.113	\$ 122.558	\$ 256.352	\$ 520.126
Ganancia (pérdida) por actividades de operación	\$ 2.685.438	\$ 916.190	\$ 6.737.519	\$ 4.661.755
Ingresos financieros	\$ 0	\$ 447	\$ 938.933	\$ 1.036.978
Costos financieros	\$ 0	\$ 363.129	\$ 383.675	\$ 82.250



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA
Departamento Administrativo de la
Defensoría del Espacio Público

Estado de Resultados Integrales (ERI)	Efectimedios	J&M Comunicaciones S.A.S	Equipamientos Urbanos Nacionales De Colombia S.A.	Organización Publicidad Exterior SA
	31/12/2018	31/12/2018	31/12/2018	31/12/2018
Ganancias (pérdidas) que surgen entre el costo amortizado y el valor razonable	\$ 0	\$ 553.508	\$ 0	\$ 0
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	\$ 2.685.438	\$ 264.319	\$ 4.599.818	\$ 5.616.483
Ingreso (gasto) por impuestos	\$ 586.361	\$ 264.319		\$ 2.018.357
Ganancia (pérdida)	\$ 2.099.077	\$ 289.189	\$ 4.599.818	\$ 3.598.126

Fuente: Sistema de Información y Riesgo Empresarial (SIREM)

Tabla 10. Indicadores financieros de empresas del sector de publicidad exterior.

Indicadores Financieros	Efectimedios	J&M Comunicaciones S.A.S	Equipamientos Urbanos Nacionales De Colombia S.A.	Organización Publicidad Exterior SA
	31/12/2018	31/12/2018	31/12/2018	31/12/2018
Índice de Liquidez	1,77	0,933	1,59	1,50
Índice de Endeudamiento	35,20%	81,48%	45,26%	26,01%
Razón de cobertura de intereses	-	2,52	17,56	56,68
Capital de trabajo	\$10.694.214	\$ -261.891	\$11.603.975	\$6.495.918
Rentabilidad del patrimonio	0,08	0,53	0,27	0,13
Rentabilidad del activo	0,05	0,09	0,15	0,08

Fuente: Sistema de Información y Riesgo Empresarial (SIREM)

Cra.30 No. 25-90 Piso 15
Bogotá D.C. Código Postal 111311
PBX: 3822510
www.DAEP.gov.co
Info: Línea 195

BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS



2.2.2. INDICADORES FINANCIEROS DEL SECTOR SIREM

La entidad para definir los indicadores financieros del presente proceso tuvo en cuenta el comportamiento del sector de la publicidad, en cuanto a su capacidad financiera y organizacional, realizando un análisis de los estados financieros reportados en el a las bases de datos del Sistema de Información y Riesgo Empresarial (SIREM), para que estos datos fueran más cercanos a la realidad del sector. Se agrupó una muestra de 104 empresas nacionales y locales del sector de la Publicidad con código CIU 7310, esta información con corte a 31 de diciembre del 2018 y bajo las NIIF. La información recolectada es la siguiente:

Tabla 11. Indicadores financieros del sector de publicidad (CIU 7310)

Indicadores Financieros	Sector de Publicidad (CIU 7310)
	31/12/2018
Índice de Liquidez	1,323
Índice de Endeudamiento	60,93%
Razón de cobertura de intereses	39,33
Rentabilidad del patrimonio	0,07
Rentabilidad del activo	0,027

Fuente: Sistema de Información y Riesgo Empresarial (SIREM)

2.2.3. INDICADORES FINANCIEROS DEL PROCESO

Teniendo en cuenta los indicadores financieros del sector de la publicidad con código CIU 7310 (tabla 11), fuente SIREM, la entidad establece los indicadores financieros mínimos habilitantes que deben tener los oferentes para poder participar en el presente proceso contractual, esto garantizando la pluralidad de empresas a participar. Estos indicadores deberán ser certificados por los proponentes a través del Registro Único de Proponentes.

Tabla 13. Indicadores financieros habilitantes



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA
Departamento Administrativo de la
Defensoría del Espacio Público

ÍNDICE	FÓRMULA	VALORES MINIMOS
Índice de liquidez	Activo Corriente / Pasivo Corriente	≥ 1.3 veces
Índice de endeudamiento	Pasivo Total / Activo Total	$\leq 70\%$
Razón de cobertura de intereses	Utilidad Operacional / Gastos de Intereses	≥ 1.3 veces o indeterminado
Capital de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	$\geq 7\%$ del valor del contrato
Rentabilidad del patrimonio	Utilidad Operacional / Patrimonio	$>0,06$
Rentabilidad del activo	Utilidad Operacional/ Activo	>0

2.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda tiene que ver con la forma en que las entidades estatales adquieren la prestación de la obra o el servicio. De acuerdo con la Guía para la Elaboración de Estudios de Sector de Colombia Compra Eficiente, esta información histórica de la demanda es importante para definir ciertos puntos respecto al conocimiento particular de la necesidad a contratar, el proveedor y el precio de adquisición. De conformidad con lo anterior se presenta información referente a contratos similares al objeto del presente análisis, realizados en el país. A continuación, se detallan algunos procesos de licitación similares al actual.

Adquisiciones Previas de la entidad

AÑO	NO. CONTRATO	OBJETO	VALOR (\$ PESOS)	CONTRATISTA
2015	110-00129-227-0-2015	Suministro e instalación de mobiliario urbano para el Distrito Capital de acuerdo a las especificaciones y criterios definidos en el Anexo Técnico.	\$ 2.714.682.990,00	Unión Temporal URBAN PLUS 2015



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA
Departamento Administrativo de la
Defensoría del Espacio Público

AÑO	NO. CONTRATO	OBJETO	VALOR (\$ PESOS)	CONTRATISTA
2000	Contrato de Concesión 001 de 2001	Realizar por el sistema de concesión la financiación, el diseño, fabricación, suministro, instalación, reposición, mantenimiento del mobiliario urbano definido en el Anexo Técnico de los Pliegos de condiciones.	\$ 1.250.000.000,00	Equipamientos Urbanos Nacionales de Colombia S.A. - EUCOL S.A.S.

Con el fin de conocer la forma como otras entidades estatales han contratado el suministro e instalación de mobiliario, se procedió a buscar por medio de diferentes plataformas de contratación, encontrado la siguiente información:

AÑO	ENTIDAD	OBJETO DEL CONTRATO	VALOR (\$ PESOS)	INDICADORES FINANCIEROS
2018	Gestora Urbana de Ibagué Tolima	Contrato De Administración Para La Reparación, Mantenimiento, Reposición, Operación Del Mobiliario Urbano - Mupi Y Paraderos De La Gestora Urbana De Ibagué Y La Comercialización De La Publicidad Exterior Visual.	Cuantía indeterminada	Índice De Liquidez: Mayor o igual a 2,0 Índice De Endeudamiento: Menor o igual al 60% Razón De Cobertura De Intereses: Mayor o igual a 2.0 Rentabilidad del Patrimonio: Mayor o igual a 0.20 Rentabilidad del Activo: Mayor o igual a 0.40

Cra.30 No. 25-90 Piso 15
Bogotá D.C. Código Postal 111311
PBX: 3822510
www.DADEF.gov.co
Info: Línea 195

BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA
Departamento Administrativo de la
Defensoría del Espacio Público

AÑO	ENTIDAD	OBJETO DEL CONTRATO	VALOR (\$ PESOS)	INDICADORES FINANCIEROS
				Capital de trabajo: Dos veces el valor anual de la compensación o retribución mínima.
2014	Huila - Alcaldía Municipio de Neiva Huila	Fabricación e instalación de mobiliario urbano dentro del programa de espacios públicos adecuados para el municipio de Neiva - Departamento del Huila.	\$ 849.999.988	Índice de liquidez: Mayor o igual a 4,0 Índice de endeudamiento: Menor o igual al 50% Capital de trabajo: Mayor o igual al 100% de presupuesto oficial Razón de cobertura de intereses: Mayor o igual a 3.5.

Como parte del proyecto Transporte público de Medellín, TPM, se adecuarán 383 paraderos inteligentes, que se articularán con un Centro de Control y Gestión de flota, para mediante pantallas y otros elementos brindar a los usuarios información en tiempo real y ubicación de las rutas de transporte público. Contarán con mapas en donde se puede observar el recorrido y las principales paradas de las rutas y sitios de interés geográfico.

2.4. ANÁLISIS DE RIESGOS.

Dentro de los riesgos más relevantes identificados para el sector se encuentran, el de aprobación de los diseños por parte de Planeación Distrital, gestiones que se deban realizar ante diferentes entidades Distritales relacionadas con la ejecución del contrato que pueden ocasionar retrasos en el cronograma de ejecución de las actividades programadas, demoras en la instalación de prototipos, demoras en la implementación de los sistemas de comunicación, interferencias con las redes de servicios públicos, riesgo comercial por variación en los parámetros de la proyección de ingresos, cambios en la normatividad



ambiental y normas técnicas, cambios en las variables de mercado, variación en la condiciones de financiación y vandalismo.

3. CONCLUSIONES

El proceso para ***“OTORGAR EN CONCESIÓN LA REALIZACIÓN DEL DISEÑO, LA FABRICACIÓN, EL SUMINISTRO, LA INSTALACIÓN, LA ACTUALIZACIÓN, EL MANTENIMIENTO, LA OPERACIÓN, EL TRASLADO Y LA REPOSICIÓN DEL MOBILIARIO URBANO DE BOGOTÁ D.C.”***, está alineado con el objetivo del Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público - DADEP, de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad, por medio de una eficaz defensa del espacio público, de una óptima administración de su patrimonio inmobiliario y de la construcción de una nueva cultura del espacio público que garantice su uso y disfrute común y la participación comunitaria, al igual que con el Plan de Desarrollo - Plan 2016 - 2020 ***“BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS”*** y uno de sus pilares llamado ***“Democracia Urbana”***, el cual tiene como propósito ***“incrementar y mejorar el espacio público, el espacio peatonal, y la infraestructura pública disponible para los habitantes y visitantes de Bogotá, mediante la ejecución de programas orientados a materializar el principio constitucional de igualdad de todos ante la ley y la primacía del interés general sobre el particular”***.

Al revisar el entorno económico, el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), del gasto de consumo final y la perspectiva de crecimiento para el 2019, permiten concluir que las condiciones macroeconómicas no son una amenaza para el proceso.

Con respecto al sector de la publicidad, la variación anual de los ingresos nominales a junio de 2019, es del 1,4% en comparación con el mismo período de 2018.

La situación financiera del sector de la publicidad para el período 2015 al 2018, muestra un comportamiento estable, manteniendo una misma estructura entre el activo, pasivo y patrimonio, una participación del activo corriente y un pasivo total en unos rangos sin mayor variabilidad. Por su parte los ingresos operacionales no tienen un comportamiento estable, presentando incremento entre el año 2015 y 2016, un comportamiento estable entre 2016 y 2017 y una disminución del 18% para el año 2018. Del periodo 2018 al primer semestre del 2019 ha logrado mantener sus ingresos operacionales, de acuerdo con Encuesta Mensual de Servicios (EMS) del Dane que registra un incremento del 1,8% y en ingresos totales del 1,4%.

Para establecer los requisitos habilitantes y buscar la pluralidad, se revisó las concesiones de Bogotá, Medellín y Cali, en donde se concluye que las de Bogotá y Cali son las que incluyen el mayor número de mobiliario con un total de alrededor de 10.000 unidades, mientras Medellín cuenta con una cifra de 3.000 unidades.

Con respecto a la oferta, se identifican los posibles oferentes y se calculan los indicadores financieros de estas empresas del sector de publicidad exterior, para tenerlos como referente para el proceso licitatorio.

Cra.30 No. 25-90 Piso 15
Bogotá D.C. Código Postal 111311
PBX: 3822510
www.DADEP.gov.co
Info: Línea 195

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA
Departamento Administrativo de la
Defensoría del Espacio Público

Adicional a este análisis, se consulta en el Sistema de Información y Riesgo Empresarial (SIREM), los indicadores financieros del sector de la publicidad (CIIU 7310), para así establecer los parámetros a exigir en el proceso.

Se concluye que este proceso tiene mayores dimensiones que los referentes a nivel nacional, con una inversión de alrededor de cien mil millones de pesos, por lo que el comparativo de exigencias tanto a nivel técnico como financiero fueron analizadas y establecidas por el estructurador en congruencia con estas características.

Elaboró Estructurador del proceso de selección CONSORCIO C&C, Contrato de Consultoría 286 de 2018

Firma

Nombre

Director de Proyecto

Firma

Nombre

Componente Financiero