



EL INSTITUTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL DE ROLDANILLO, VALLE - INTEP. es la primera Institución Oficial de Educación Superior Técnica Profesional redefinida por ciclos propedéuticos, con una amplia trayectoria en la formación de los profesionales que requiere el país y en cumplimiento de lo señalado el Estatuto General de la Contratación Estatal, especialmente acatando lo establecido en el numeral 12 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993 y el artículo 2.2.1.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015, elabora el presente documento:

FECHA	DD	MM	AA
	05	03	2024

1. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ANÁLISIS:

El Instituto de Educación Técnica Profesional de Roldanillo, Valle – INTEP, acorde con las disposiciones constitucionales y legales vigentes y con el objeto de satisfacer necesidades de interés general, considera necesario y oportuno “CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA LA REALIZACIÓN Y PUBLICACION DE UN ARTICULO INSTITUCIONAL SOBRE EL INTEP EN LA REVISTA “INVESTIGACIÓN, VIGILANCIA Y CONTROL”.

2. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO DEL BIEN Y/O SERVICIO REQUERIDO:

El objeto de la contratación a adelantar un proceso que se encuentra ubicado dentro del sector terciario de la economía; SECTOR SERVICIOS ya que incluye todas aquellas actividades que no producen un objeto tangible, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía ya que es a través de este sector que se importa la materia prima necesaria para la creación de muchos productos lo que da como resultado un impulso recíproco entre todos los sectores. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales y de apoyo a la gestión, el Gobierno, etc

El sector de servicios en Colombia compone más del 50% del PIB nacional y aloja más del 80% de la fuerza laboral del país, por lo tanto, cuenta con un gran potencial de crecimiento, por ello se ha convertido en una de las mayores apuestas comerciales para el país durante esta pandemia.

Las suscripciones y publicaciones digitales son actividades económicas que tomaron un gran auge durante y después de la pandemia. Actualmente estas actividades ha penetrado prácticamente todos los ámbitos de la vida cotidiana de las personas tanto a nivel nacional como mundial por medio de plataformas digitales ya que el uso o consumo de éstas, es el de los más altos en la actualidad.

Estos cambios han obligado a muchas empresas a reinventarse en su forma de comercializar sus bienes y/o servicios y a los nuevos emprendedores usar este tipo de servicios por medio de plataformas digitales para responder de manera adecuada a las

Comprometidos con la Excelencia



necesidades constantemente cambiantes de los consumidores que cada vez más prefieren la personalización en la adquisición de un bien o un servicio.

La globalización de la economía y el desarrollo de las diferentes dinámicas sociales y tecnológicas sin contar la creciente competitividad laboral, hacen que los proyectos empresariales, su operatividad y puesta en marcha, requieran de personas que cuenten con una mejor formación y/o competencia que permitan la consecución de los objetivos trazados, la mejora continua de las empresas, la optimización de recursos y una gestión eficiente y eficaz de los proyectos.

La recuperación del mercado laboral está en marcha, pero es desigual. Los mercados del trabajo aún se están recuperando de la catástrofe sufrida en 2020. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2021a), la reducción de las horas trabajadas equivalió a una pérdida de 255 millones de empleos a tiempo completo. Pero el ritmo es desigual entre economías y trabajadores.

A nivel mundial, el empleo se mantiene por debajo de los niveles previos a la pandemia, como consecuencia de una combinación de varios factores: brechas del producto negativas, temor a la infección en el lugar de trabajo cuando las ocupaciones exigen un contacto físico intensivo, limitaciones en los servicios de cuidado de niños, cambios de la demanda laboral a medida que la automatización aumenta en algunos sectores, ingreso de reemplazo a través de planes de suspensión de los contratos laborales o prestaciones por desempleo que ayudan a amortiguar la pérdida de ingresos, y fricciones en la búsqueda de empleos e incompatibilidad entre la oferta y la demanda laboral.

Dentro de las economías, el empleo de los jóvenes y de los trabajadores menos calificados sigue siendo más débil que el de los trabajadores en edades más productivas y con elevadas calificaciones. El empleo de la mujer en las economías de mercados emergentes y en desarrollo sigue viéndose más afectado que el del hombre, en tanto que en las economías avanzadas las brechas de género en gran medida se han moderado.

Algunos de estos impactos asimétricos reflejan diferencias del empleo sectorial entre los grupos de trabajadores. Los trabajadores jóvenes y menos calificados suelen estar empleados en sectores que requieren un contacto más intensivo y son vulnerables a la automatización.

Estos sectores han sufrido más como consecuencia de la pandemia y están experimentando una aceleración de la tendencia a largo plazo hacia una mayor automatización.

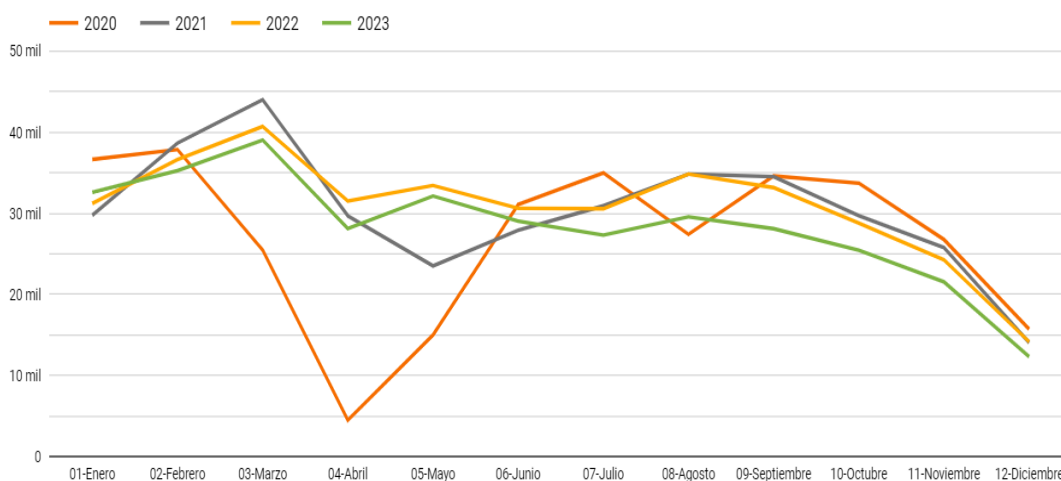
También es importante tener presente que la economía de las suscripciones por el uso de plataformas digitales para su comercialización, está inmerso en el sector de las TICs que de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística INE, se denomina sector TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) al conjunto de las industrias manufactureras, comerciales y de servicios cuya actividad principal está vinculada con el desarrollo, producción, comercialización y uso intensivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Comprometidos con la Excelencia



Colombia es un país de emprendedores, y eso se evidencia en la creación de empresas. Según cifras del Registro Único Empresarial y Social (RUES), que recoge información de las diferentes Cámaras de Comercio del país, entre enero 2020 y diciembre de 2023 se crearon a nivel nacional 1.397.773 empresas.

1.1 - Gráfico Cantidad de Inscripciones – Mes a Mes



2020	323,8 mil
2021	363,4 mil
2022	370 mil
2023	340,5 mil

Del total de empresas nuevas registradas durante el periodo referido, 1.030.563,00 (23%) corresponden a personas naturales y 367.210 (73%) a sociedades.

Persona Jurídica	320.209,00	23%
Persona Natural	1.030.563,00	74%
ESAL Régimen Tributario Especial	47.001,00	3%

Es importante mencionar que, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística INE, se denomina sector TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) al conjunto de las industrias manufactureras, comerciales y de servicios cuya actividad principal está vinculada con el desarrollo, producción, comercialización y uso intensivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

A pesar de la recesión económica en la que está inmerso actualmente nuestro país y los daños colaterales que generados por los conflictos bélicos de carácter internacional que ha afectado de manera significativa a la mayoría de los sectores de la economía; el Sector de las TICs se sigue manteniendo ya que es el menos afectado por estos factores externos mundiales debido a su importancia esencial en el desarrollo industrial y económico de las empresas. Esta situación abre enormes posibilidades para que muchas compañías

Comprometidos con la Excelencia



adquieran un software de diferentes tipos que, de acuerdo a sus necesidades, les permite la optimización de recursos y tiempo.

A pesar de la recesión económica en la que está inmerso actualmente nuestro país y los daños colaterales que ha traído la guerra en Ucrania y la guerra comercial entre China y Estados Unidos que ha afectado de manera significativa a la mayoría de los sectores de la economía; el Sector de las TICs se sigue manteniendo ya que es el menos afectado por estos factores externos mundiales

Esta situación abre enormes posibilidades para que las empresas dedicadas a la comercialización de sus productos y/o servicios por medio de plataformas digitales, puedan contar con una gran variedad de herramientas que puedan satisfacer las necesidades de sus clientes

La realidad global ha producido la apertura de nuevos escenarios, nuevas formas de relacionarnos y de trabajar, para esta crisis en particular el trabajo remoto ha sido una solución efectiva para sortear la proximidad y la interacción física en tiempos de pandemia. También ha implicado una remodelación de estructura de datos, precios, modelos, estrategias para reducir la tasa de abandono de clientes, estrategias para la captación de nuevos clientes, en otras palabras, todos estos cambios han generado una gran reinversión en las estrategias de marketing

Un factor importante a tener en cuenta en el mercado de las suscripciones electrónicas es la caída constante en los últimos años de los ingresos por publicidad en el medio impreso; siendo también esta la razón por la cual se obliga a todas las instituciones de educación en sus diferentes niveles a través del documento Políticas de Desarrollo de Colecciones a mantener un porcentaje de material en medio físico por la cantidad de estudiantes matriculados.

Para la adquisición de bienes y servicios en las entidades públicas, es obligación respecto de todos los procesos contractuales, la escogencia de los contratistas de forma objetiva. Esto significa que en ningún caso la selección del contratista puede ser subjetiva. Es por tal motivo que los bienes y/o servicios que se pretenden contratar para el normal funcionamiento administrativo o para el cumplimiento de los fines estatales, deben ceñirse a lo dispuesto por el estatuto de contratación de la administración pública, es decir la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011, Decreto 019 de 2012, Decreto 1082 de 2015, Ley 1882 de 15 de enero de 2018, decreto 1860 de 2021 y demás normas que lo deroguen, modifiquen o complementen.

2.1. ECONÓMICO:

IPC

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,92%), se ubicaron en las divisiones de: Transporte, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Restaurantes y hoteles y Alimentos y bebidas no alcohólicas, las cuales aportaron 0,80 puntos porcentuales a la variación total.

Comprometidos con la Excelencia



Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Enero 2023 - 2024

IPC	Enero			
	Variación Mensual		Variación Anual	
	2023	2024	2023	2024
IPC total	1,78	0,92	13,25	8,35

Fuente: DANE, IPC.

En el mes de enero de 2024, el IPC registró una variación de 0,92% en comparación con diciembre de 2023, cinco divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,92%): Transporte (1,99%), Restaurantes y hoteles (1,72%), Bebidas alcohólicas y tabaco (1,11%), Salud (1,10%) y por último Bienes y servicios diversos (0,97%). Por debajo se ubicaron: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,84%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,69%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,48%), Prendas de vestir y calzado (0,30%), Educación (0,00%), Información y comunicación (-0,12%) y por último, Recreación y cultura (-0,21%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Enero 2023 - 2024

Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	2023	2024	
			Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Transporte	12,93	3,98	0,51	1,99	0,27
Restaurantes y hoteles	9,43	3,11	0,32	1,72	0,19
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	1,47	0,02	1,11	0,02
Salud	1,71	1,63	0,03	1,10	0,02
Bienes y servicios diversos	5,36	1,92	0,10	0,97	0,05
TOTAL	100,00	1,78	1,78	0,92	0,92
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,49	0,15	0,84	0,26
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,29	0,10	0,69	0,03
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	2,46	0,49	0,48	0,09
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,40	0,01	0,30	0,01
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00
Información y comunicación	4,33	0,08	0,00	-0,12	0,00
Recreación y cultura	3,79	1,48	0,05	-0,21	-0,01

Fuente: DANE, IPC

Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Variaciones y contribuciones de las subclases en el mes

En enero de 2024 en comparación con diciembre de 2023, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (1,81%), combustibles para vehículos (3,88%), transporte urbano (incluye tren y metro) (2,64%), arriendo imputado (0,79%), electricidad (2,15%), arriendo efectivo

Comprometidos con la Excelencia



(0,81%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato, en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (1,90%), frutas frescas (2,82%), hortalizas y legumbres frescas (5,24%) y servicio doméstico (2,40%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: huevos (-4,46%), plátanos (-4,79%), paquetes turísticos completos, incluye paquetes de viajes de excursión realizados durante un día (sin pernoctar) (-3,46%), tomate (-4,41%) y transporte de pasajeros y equipaje en avión (incluye pagos por exceso de equipaje) (-5,50%).

**Cuadro 2. IPC Variación y contribución mensual
Por principales subclases
Enero 2024**

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio, medios de transporte, máquinas expendedoras, puestos móviles, y lugares de esparcimiento; se incluyen también las contratadas por encargo, para llevar y por servicio a domicilio	1,81	0,13
Combustibles para vehículos	3,88	0,13
Transporte urbano (incluye tren y metro)	2,64	0,12
Arriendo imputado	0,79	0,10
Electricidad	2,15	0,08
Arriendo efectivo	0,81	0,07
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato, en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio, puestos móviles, lugares de esparcimiento, para llevar y por servicio a domicilio	1,90	0,04
Frutas frescas	2,82	0,03
Hortalizas y legumbres frescas	5,24	0,03
Servicio doméstico	2,40	0,02

Fuente: DANE, IPC.

Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Variación y contribución año corrido por divisiones de gasto

**Cuadro 3. IPC Variación y contribución anual
Según divisiones de gasto
Enero 2023 - 2024**

Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	2023	2024	
			Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Transporte	12,93	13,92	1,79	13,22	1,71
Restaurantes y hoteles	9,43	19,36	1,94	11,70	1,23
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	9,18	0,16	11,55	0,19
Educación	4,41	5,98	0,24	11,41	0,42
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	6,97	2,24	9,64	2,92
Bienes y servicios diversos	5,36	13,80	0,73	9,04	0,48
Salud	1,71	10,30	0,18	8,93	0,15
TOTAL	100,00	13,25	13,25	8,35	8,35
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	17,52	0,71	7,23	0,30
Recreación y cultura	3,79	9,33	0,33	5,31	0,18
Prendas de vestir y calzado	3,98	7,34	0,25	5,13	0,17
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	26,18	4,69	2,96	0,59
Información y comunicación	4,33	0,20	0,01	-0,08	0,00

Fuente: DANE, IPC.

Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Comprometidos con la Excelencia

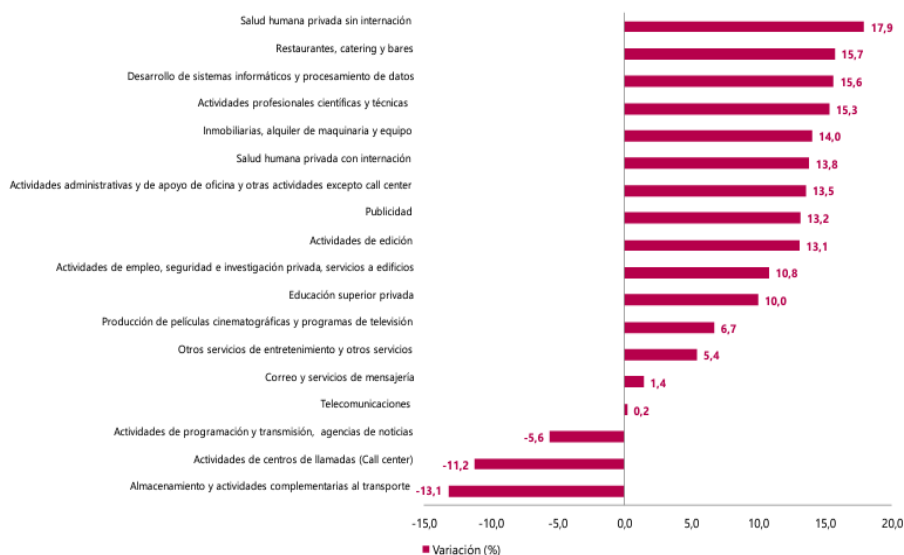


En el mes de enero de 2024, el IPC registró una variación de 8,35% en comparación con enero de 2023. En el último año, las divisiones Transporte (13,22%), Restaurantes y hoteles (11,70%), Bebidas alcohólicas y tabaco (11,55%), Educación (11,41%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (9,64%), Bienes y servicios diversos (9,04%) y por último, Salud (8,93%) se ubicaron por encima del promedio nacional (8,35%). Entre tanto, las divisiones Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (7,23%), Recreación y cultura (5,31%), Prendas de vestir y calzado (5,13%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (2,96%) y por último, Información y comunicación (-0,08%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Transporte, Restaurantes y hoteles, Alimentos y bebidas no alcohólicas y Bienes y servicios diversos, las cuales en conjunto contribuyeron con 6,94 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

Variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (septiembre 2023 / septiembre 2022)

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios
Total nacional
Noviembre 2023^p / noviembre 2022



Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional

En noviembre de 2023, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con noviembre de 2022.

DÓLAR

<<De acuerdo a los analistas de la divisa americana, para este año 2024 estará sobre los \$4.000. El dólar fue una de las variables que más tuvo protagonismo en el 2023, pues

Comprometidos con la Excelencia

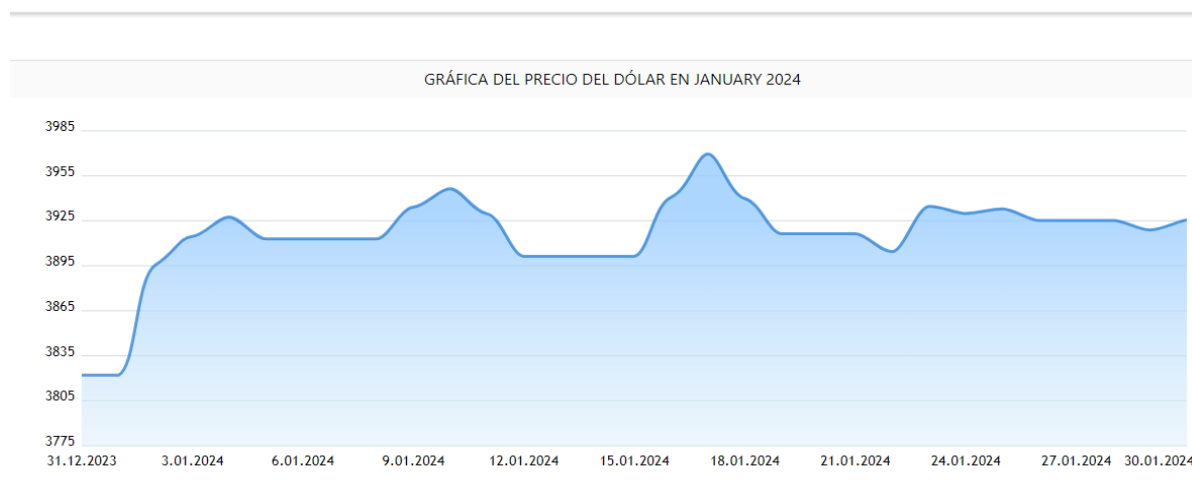


después de casi tocar la barrera de los \$5000 al comienzo del año, lo terminó con una cifra por debajo de los \$4000; el 31 de diciembre la divisa cerró en \$ 3822,05.

La alta volatilidad, según explican los expertos se debió a factores internos y externos como la incertidumbre ante el Gobierno Petro, la tasa de interés del Banco de la República que hoy se ubica en 13 %, el conflicto en el Medio Oriente y las tasas de la FED.

Fuente: <https://www.elpais.com.co/economia/asi-se-comportara-el-dolar-durante-el-2024-esto-dicen-los-expertos-0411.html> >>

En el mes de enero inicio en un mínimo de \$ 3.822,05 alcanzando a un máximo de \$3.969,50 el 18 de enero y cerrando al final del mes en \$3.925,60. En general durante el mes de enero presentó una variación negativa del -2.71 %, es decir, bajó \$103,55.



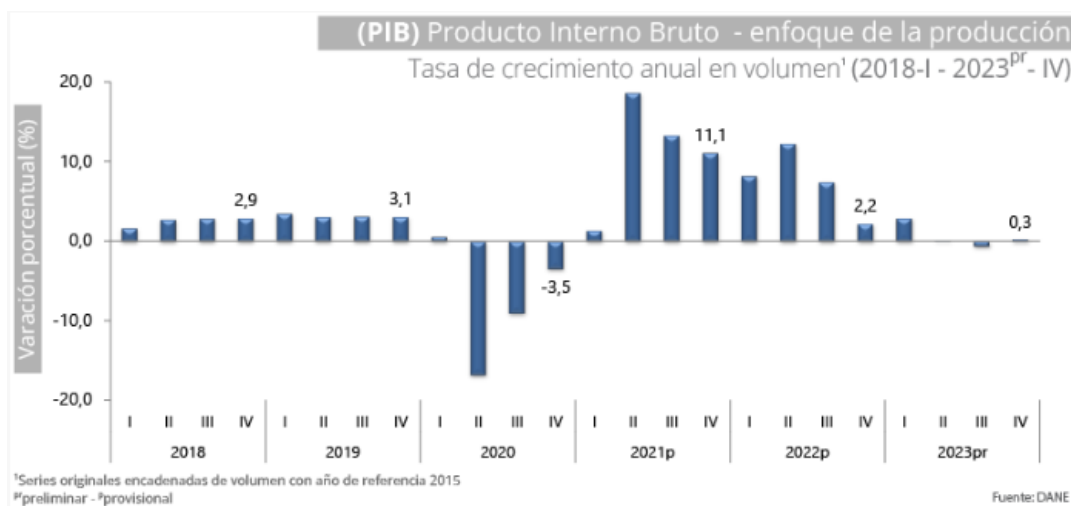
Fuente: <https://www.dolar-colombia.com/mes/2023-11>

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

En el cuarto trimestre de 2023pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 0,3% respecto al mismo periodo de 2022p. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado para el año 2023pr son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 3,9% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades financieras y de seguros crece 7,9% (contribuye 0,3 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 7,0% (contribuye 0,2 puntos porcentuales a la variación anual).

Comprometidos con la Excelencia



En el cuarto trimestre de 2023pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 0,3% respecto al mismo periodo de 2022p. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 6,0% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 3,8% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual)
- Actividades financieras y de seguros crece 5,5% (contribuye 0,2 puntos porcentuales a la variación anual)

2.2. TÉCNICO:

El Instituto de Educación Técnica Profesional de Roldanillo, Valle – INTEP requiere el desarrollo de un proceso que le permita suplir las necesidades que se originan por la necesidad de las siguientes actividades específicas:

Ítem	Detalle
1	<p>La entidad requiere contratar a una persona natural o jurídica con experiencia en la el diseño elaboración y publicación de artículos institucionales y una experiencia específica con el mismo o similar objeto contractual del presente proceso, la cual se verificará mediante un (1) certificado de un contrato celebrado con entidad pública o del régimen privado.</p> <p>Condiciones técnicas de la publicación</p> <ul style="list-style-type: none">• Un artículo Institucional publicado en la revista “INVESTIGACIÓN, VIGILANCIA Y CONTROL” Anticorrupción y Protección ciudadana 2024-2025• La publicación debe ser de una página completa full policromía con imágenes y logos institucionales

Comprometidos con la Excelencia



	<ul style="list-style-type: none">• El contenido de la publicación deberá hacer referencia a la transformación e impacto que está dejando el INTEP a nivel local y regional por la forma adecuada que ha administrado los recursos públicos.• La revista debe tener el código ISSN asignado por la Biblioteca Nacional de Colombia y así cumplir con los requisitos y estándares de calidad para este tipo de publicaciones
--	--

2.3. REGULATORIO:

El presente proceso de selección deberá cumplir con las etapas contractuales dispuestas por la ley, la idoneidad y experiencia en el desarrollo del objeto contractual por parte del oferente. El contrato que llegase a celebrarse debe regirse por la ley Colombiana y en especial, por las normas contenidas en la Constitución Política de Colombia, en el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007, la Ley 1474 de 2011, el Decreto 1082 de 2015, Decreto 1074 de 2015 modificado por 1595 de 2015, Decreto 1510 de 2013 y demás normas que las modifiquen o adicionen, así como por los documentos que conforman el proceso, los estudios previos, sus anexos, formatos, adendas y demás documentos que sobre la materia se expidan durante el desarrollo del proceso de selección y en lo que no esté particularmente regulado en ellas o en este documento, por las normas legales comerciales y civiles vigentes que sean pertinentes.

De acuerdo con la ley colombiana, las normas actualmente vigentes se presumen conocidas por todos los oferentes que participen en el presente proceso de contratación.

Los contratos de arrendamiento de vivienda están regulados por la ley 820 de 2003 y los de arrendamiento comercial, se fijan teniendo en cuenta el código de comercio y el civil

2.4. OTROS:

3. ESTUDIO DE LA OFERTA:

Actualmente se pueden identificar en el mercado colombiano muchos tipos de publicidad entre los cuales se destacan:

Publicidad impresa. Es la publicidad que se realiza en cualquier medio impreso, ya sean periódicos, revistas o folletos. Los periódicos y las revistas tienen una gran tasa de fidelidad (quien compra el periódico suele optar siempre por el mismo), aunque su tasa de alcance está disminuyendo por la crisis de los medios. Las revistas ofrecen la posibilidad de segmentación según temática (hay revistas de deporte, salud, cine...).

Publicidad online. Es aquella que se hace a través de internet. Pueden ser banners insertados en un sitio web, anuncios en el buscador que aparecen cuando los usuarios hacen una determinada búsqueda o anuncios en las redes sociales. Por su relativo bajo coste y su audiencia potencialmente enorme, la publicidad online está experimentando un fuerte crecimiento.

Comprometidos con la Excelencia



Anuncios de radio. Las cuñas radiofónicas son los anuncios que se escuchan en las pausas publicitarias de los programas de radio. Quizás es el tipo de publicidad que más rápidamente está cayendo en desuso. No obstante, la radio sigue siendo uno de los medios de referencia para las personas mayores, por lo que anunciarse es una buena forma de llegar a ese nicho.

Anuncios de televisión. La televisión sigue siendo uno de los medios favoritos de las empresas para anunciarse. Tiene un gran alcance, y permite anuncios de impacto que combinan imagen y sonido. Son particularmente útiles si se necesita demostrar cómo funciona un producto o servicio. Una de sus principales desventajas es el precio, pues un anuncio en televisión suele ser mucho más caro que en cualquier otro medio.

Publicidad exterior. Una publicidad que nunca pasa de moda es la publicidad exterior, es decir, aquella que aparece en lugares públicos. Los elementos publicitarios más habituales en publicidad exterior son carteles, vallas publicitarias, rótulos luminosos, banderolas, marquesinas.... La publicidad exterior se usa por sí sola o, en muchas ocasiones, como complemento a otros tipos de publicidad.

Fuente: <https://www.oedim.com/blog/que-tipos-de-publicidad-existen-medios>

Publicación Seriada. Dentro de las fuentes de información encontramos a las Publicaciones Seriadas, Son publicaciones editadas en fascículos sucesivos numerados con periodicidad fija o variable y con temática diversa, ofrecen información actualizada por la frecuencia de la aparición. Tratan los temas de manera más concisa y con mayor actualidad y novedad que los libros, pueden ser editadas en cualquier soporte: impreso, CD-ROM, disquetes, en línea, etc. Una definición del Instituto Nacional de Normalización afirma “una publicación seriada es la que se edita en fascículos y que aparece a intervalos regulares de tiempo, con un título común y, que al iniciar su publicación, se presume que se editará por tiempo indeterminado”.

Características generales:

- Constituyen uno de los principales instrumentos de transferencia de información.
- Son más especializadas y actualizadas que los libros.
- Se editan normalmente por secuencias cronológicas regulares
- Se caracteriza por la variedad de contenidos y artículos.
- Hay participación de varios autores

Dentro de esta rama tenemos: revistas a su vez éstas en: revistas impresas, revistas científicas, revistas electrónicas y las de prensa; periódicos aquí tenemos a los diarios y los semanarios; también boletines, folletos, newsletters, anuarios; éstos últimos se publican anualmente se registran sucesos relativos a un país, una localidad o una rama cualquiera de conocimientos o actividades. En algunas ocasiones este tipo de publicaciones requieren del identificador normalizado (ISSN)

Fuente: <https://sites.google.com/site/joludaiv/home/fuentes-de-informacion>

En algunas ocasiones este tipo de publicaciones requieren del identificador normalizado (ISSN)

Comprometidos con la Excelencia



3.1. ¿QUIÉN VENDE?

La **publicidad** es una forma de comunicación visual, escrita, o auditiva cuya función principal es informar, difundir y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor. Esto se lleva a cabo mediante campañas publicitarias que se difunden en los medios de comunicación siguiendo un plan de comunicación preestablecido.

A través de la investigación, el análisis y estudio de numerosas disciplinas, tales como la psicología, la neuroanatomía, la sociología, la antropología, la estadística, y la economía, que son halladas en el estudio de mercado, se podrá, desde el punto de vista del vendedor, desarrollar un mensaje adecuado para una porción del público de un medio. Esta porción de personas, que se encuentra detalladamente delimitada, se conoce como público objetivo o *target*.

La publicidad se diferencia de otras dos actividades también dirigidas a influir en la opinión de la gente: las relaciones públicas y la propaganda. Los términos *publicidad* y *propaganda* se usan indistintamente en algunos países de habla española y se intercambian, pero a nivel profesional y académico ambos términos hacen referencia a dos conceptos distintos.¹² La principal diferencia es el tipo de conducta que se propone modificar. En el caso de la publicidad, se pretende influir en las conductas de consumo de una persona mediante campañas o acciones publicitarias en diferentes medios y con diferentes objetivos (lanzamiento de un producto, posicionamiento de marca, recordación de marca, etc.) para que el consumidor lleve a cabo un acto de consumo en un corto o largo plazo. Entretanto, la propaganda trata de que una persona se adhiera a una ideología o creencia.

Por otro lado, también se diferencian los términos publicista y publicitario. Un publicista es aquel que se dedica a la publicación de artículos de difusión como puede ser la publicación de una revista; mientras que un publicitario es el encargado de crear y difundir publicidad como actividad primaria.

Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>

Para este caso en particular, la publicación requerida la realizara la casa editorial DESARROLLO PUBLICO DE COLOMBIA S.A.S. identificada con el NIT 901.230.266-7 y constituida el 13 de noviembre de 2018 con matrícula No. 1033821-16 de la Cámara de Comercio de Cali, que tomó la iniciativa de investigar, analizar y dar a conocer los planes de acción que las entidades gubernamentales aplican en beneficio de las instituciones y comunidad en general. Para dicha publicación la empresa en mención cuenta con el código ISSN que concede la Biblioteca Nacional para este tipo de publicaciones en particular.

3.2. FORMA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION DEL BIEN O SERVICIO A ADQUIRIR:

La publicidad, como actividad empresarial, involucra a distintos actores en la tarea de transmitir una idea sobre un producto o servicio a su público objetivo.

Comprometidos con la Excelencia



Anunciantes. Prácticamente cualquier empresa en el mundo moderno tiene necesidades publicitarias, desde la que pega un simple cartel en la calle hasta la que quiere estar presente en prensa, radio o televisión. A causa de ello, el mundo de la publicidad ha crecido hasta convertirse en una gran industria que mueve cientos de miles de millones de euros a nivel mundial cada año. Dentro de un país como España, según un estudio, la inversión publicitaria total en el año 2014 fue de 10.461 millones de euros, entre medios convencionales y no convencionales.⁴ El mayor anunciante en ese año fue Procter & Gamble España S.A. (con 122,4 millones de €), seguido de L'Oréal, El Corte Inglés, y varias compañías de telecomunicaciones como Movistar o Vodafone.

Agencias de publicidad. Las agencias de publicidad, agencias de medios o centrales de medios (diseño gráfico, *boutiques* creativas, productoras, etc.) son partícipes muchas veces dentro del desarrollo publicitario, que está elaborado por varios factores; entre los cuales, el más importante es el *brief*, que contiene las ideas previas para desarrollar el producto publicitario. El *brief* es un documento que especifica todas las características propias del producto o servicio en sí, la historia de la empresa, un análisis de la competencia (directa, indirecta o genérica), una descripción del público objetivo, que mayoritariamente se hace según variables duras, como el nivel socioeconómico, edad, sexo, ubicación geográfica y ciclo de vida familiar. Además, el *brief* puede contener un historial de todas las campañas previas que se han realizado hasta la fecha; mayoritariamente este historial es agregado cuando el anunciante decide cambiar de agencia de publicidad.

Medios de comunicación. La publicidad llega al público mediante los soportes publicitarios, que pueden ser medios de comunicación masiva o bien medios alternativos. Los medios de comunicación emiten los anuncios a cambio de una contraprestación previamente fijada para adquirir espacios en un contrato de compraventa por la agencia de publicidad y el medio. Por ejemplo, en televisión, una cadena emite el anuncio en sus retransmisiones durante un horario previamente fijado por la agencia (tarea que se conoce como planificación de medios); este contrato es denominado contrato de emisión o de difusión.

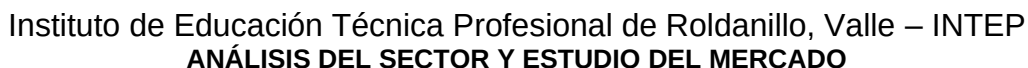
Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>

4. CÓDIGO UNSPSC:

De acuerdo al Clasificador de bienes y servicios de Colombia Compra Eficiente el código para el presente proceso de selección es:

CÓDIGO UNSPSC ACORDE AL PLAN ANUAL DE ADQUISICIONES DEL INTEP		
ÍTEM	CÓDIGO UNSPSC	PRODUCTO
GRUPO	[F]	Servicios
SEGMENTO	82000000	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes
FAMILIA	82100000	Publicidad
CLASE	82101500	Publicidad Impresa
PRODUCTO	82101503	Publicidad en Revistas

Comprometidos con la Excelencia



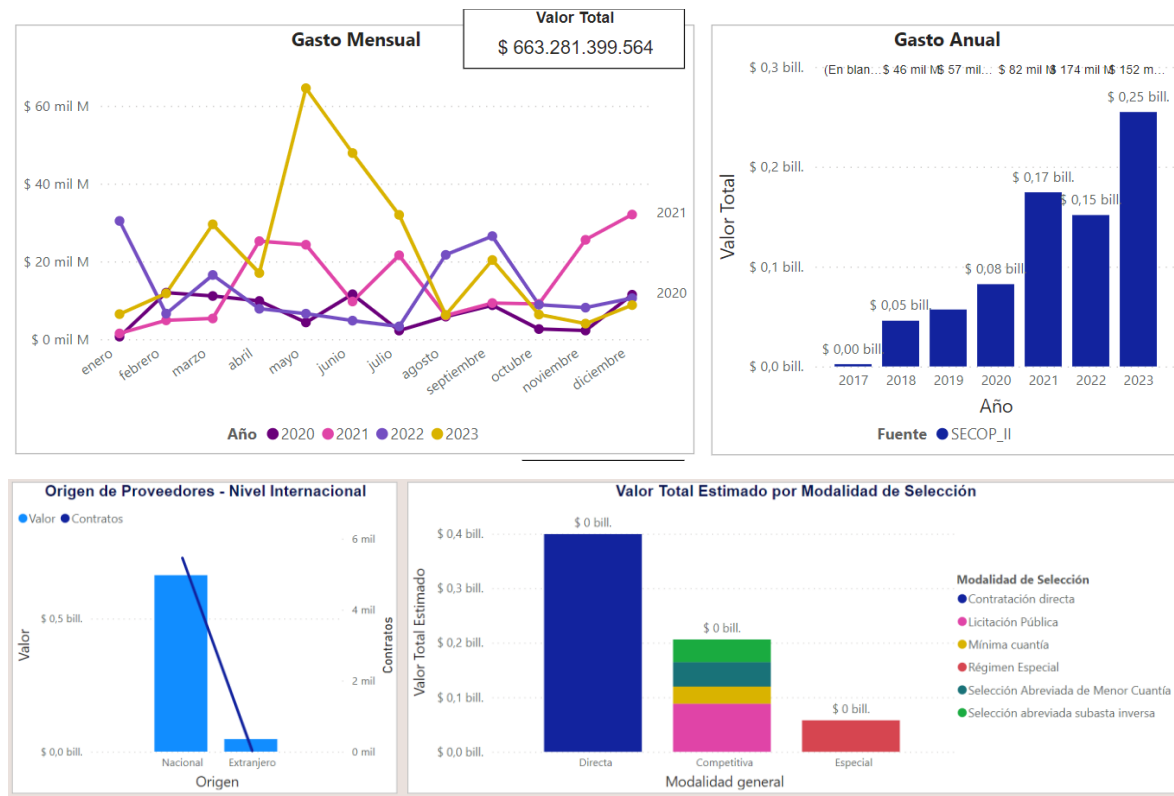
5.1. ¿CÓMO HA ADQUIRIDO LA ENTIDAD ESTATAL EN EL PASADO ESTE BIEN, OBRA O SERVICIO?

En los diferentes procesos contractuales que la entidad ha realizado en los últimos años se puede evidenciar que la forma de adquisición del servicio requerido se ha realizado a través de Invitaciones bajo la modalidad de Contratación Directa

5.1.1. PRECIOS HISTÓRICOS DEL INTEP:

Nº convocatoria o Contrato	Concepto	Valor
CPS-026-2023	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA LA REALIZACIÓN Y PUBLICACION DE UN ARTICULO INSTITUCIONAL SOBRE EL INTEP EN LA REVISTA “INVESTIGACIÓN, VIGILANCIA Y	\$3.700.000
CPS-047-2022	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA LA REALIZACIÓN DE UN ARTÍCULO TIPO PUBLIREPORTAJE SOBRE EL INSTITUTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL DE ROLDANILLO, VALLE – INTEP, PARA SU POSTERIOR DIFUSIÓN EN UN PERIÓDICO DE FRECUENCIA SEMANAL Y DE CIRCULACIÓN DEPARTAMENTAL	\$4.100.000
CPS-050-2021	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE UN ARTÍCULO TIPO PUBLIREPORTAJE SOBRE EL INSTITUTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL DE ROLDANILLO, VALLE – INTEP, PARA SU POSTERIOR DIFUSIÓN EN UN PERIÓDICO DE FRECUENCIA SEMANAL Y DE CIRCULACIÓN DEPARTAMENTAL	\$2.000.000

5.1.2. PRECIOS HISTÓRICOS DE OTRAS ENTIDADES:



Comprometidos con la Excelencia



6. FUENTES DE INFORMACIÓN:

El presente análisis fue elaborado con base en la información suministrada por las diferentes fuentes consultadas y siguiendo los parámetros establecidos en LA GUÍA PARA ESTUDIOS DEL SECTOR publicado por Colombia Compra Eficiente. Ver enlace:

http://www.colombiacompra.gov.co/sites/default/files/manuales/cce_guia_estudio_sector_web.pdf

7. JUSTIFICACIÓN PRESUPUESTO OFICIAL:

Teniendo en cuenta que la necesidad del instituto puede ser satisfecha por la empresa DESARROLLO PUBLICO DE COLOMBIA S.A.S. que cuenta con el código ISSN que concede la Biblioteca Nacional para este tipo de publicaciones, dicha empresa presento su propuesta económica de acuerdo a las condiciones técnicas requeridas por el INTEP, por valor de TRES MILLONES SETECIENTOS MIL PESOS (\$3.700.000)

Comprometidos con la Excelencia

Carrera 7 N° 10-20 PBX (57-2) 229 8586 Ext. 101 Roldanillo, Valle del Cauca Colombia
www.intep.edu.co - e-mail: rectoria@intep.edu.co



De acuerdo al análisis descrito, teniendo en cuenta los precios históricos que ha cancelado la institución por este tipo de servicios y las actuales variables económicas de nuestro país; se considera prudente y adecuado fijar como presupuesto oficial para CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA LA REALIZACIÓN Y PUBLICACION DE UN ARTICULO INSTITUCIONAL SOBRE EL INTEP EN LA REVISTA “INVESTIGACIÓN, VIGILANCIA Y CONTROL” la suma de TRES MILLONES SETECIENTOS MIL PESOS (\$3.700.000).

Responsable elaboración de Análisis del Sector y Estudio de Mercado	Nombre	Andrés Felipe Bermúdez Rojas	Firma	ORIGINAL FIRMADO
	Cargo o No. Contrato	Coordinador Comunicaciones y Mercadeo		
Vo. Bo. Jefe Dependencia o Líder del Proceso	Nombre	Andrés Felipe Bermúdez Rojas	Firma	ORIGINAL FIRMADO
	Cargo	Coordinador Comunicaciones y Mercadeo		
Revisión Jurídica	Nombre	Daniela Guevara Hurtado	Firma	ORIGINAL FIRMADO
	Cargo	Asesoría Jurídica COEM ABOGADOS S.A.S. NIT: 901.410.953-1		

Comprometidos con la Excelencia