ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

Estudio Previo:37635

Objeto: Prestar Servicios de publicidad de pequeño, mediano y gran formato para estrategias de comunicación institucional

Clasificación UNSPSC

Nivel	Código	Descripción
Clase	82101500	PUBLICIDAD IMPRESA
Clase	82101700	PUBLICIDAD AÉREA
Clase	82101800	SERVICIOS DE AGENCIA PUBLICITARIA

1. Análisis del Mercado

1.1. Aspectos generales del Mercado:

De acuerdo con la necesidad expuesta por parte de la Secretaría de Comunicaciones, se requiere por parte del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, la contratación de los servicios para la producción, instalación y desinstalación de las piezas institucionales para publicidad exterior de gran formato, para fortalecer las estrategias de comunicación y divulgación, donde el contratista deberá realizar la producción y ejecución de las piezas institucionales para publicidad exterior, tales como: Lonas para vallas y pasacalles, bastidores, pendones, backing, poliestirenos para paraderos de buses, adhesivos para las casetas, vallas de cerramiento y señalética interna para el CAD. También deberá realizar la instalación y desinstalación: Lonas para vallas, pasacalles, bastidores, backing, adhesivos para las casetas, vallas de cerramiento y señalética interna para el CAD.

El objeto del contrato se encuentra asociado a la línea programática 3.5.6.2. Programa Gobernanza y gestión estratégica de las comunicaciones, con el siguiente proyecto de inversión:

Proyecto 200365: Asesoría en estrategias comunicacionales para la divulgación del Plan de Desarrollo.

Para la ejecución de esta prestación de servicios, nace la importancia de tener un panorama del sector a nivel nacional, por ello se inicia contextualizando que el sector de la economía en el que se ejecuta este contrato es el sector servicios. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE en su Resolución 2306 de 2022. "Por la cual se modifica la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 4 Adaptada para Colombia — CIIU Rev. 4 A.C.

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

(2021) y se dictan otras disposiciones"., los servicios publicitarios, incluida la de Publicidad Visual Exterior (PVE), están en la clasificación 7310.

División 73. Publicidad y estudios de mercado. **731 Publicidad.**
7310 Publicidad.

Este sector incluye:

- El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.
- La creación y realización de campañas de publicidad que incluyen: - Creación y colocación de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio, televisión, Internet y otros medios de difusión. - Creación y colocación de anuncios de publicidad exterior, por ejemplo, mediante carteles, carteleras, tableros, boletines, decoración de vitrinas, diseño de salas de exhibición, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros. - Representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios. - Publicidad aérea. - Distribución y entrega de material publicitario o muestras. - Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias. - Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición.
- El manejo de campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios, dirigidos a la atracción y retención de clientes: - Promoción de productos. - Comercialización en puntos de venta. - Publicidad directa vía correo. - Consultoría en comercialización.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE con la Ley 1834 de 2017, la cual establece que la Cuenta Satélite de Cultura debe ampliar, adecuar y actualizar su alcance, incorporando todos los sectores asociados a las industrias culturales y creativas, que conjugan la creación, la producción y la comercialización de bienes y servicios basados en contenidos digitales de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor; ratifica a través de las estadísticas generadas con la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa, que las actividades dedicadas a la Economía Cultural y Creativa, son actividades culturales: “aquellas actividades humanas y sus manifestaciones cuya razón de ser consiste en la creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos relacionados con las artes y el patrimonio” y la actividad 7310, se encuentra inmersa.

En Colombia se han identificado instituciones, asociaciones o gremios que participan en la publicitaria.

- Asociación Colombiana de la Industria Gráfica – ANDIGRAF
- Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia-ANDA.
- Asociación Nacional de Medios de Comunicación-ASOMEDIOS

- Asociación Colombiana de Medios de Información – AMI
- Clúster de Industrias Creativas y de Contenidos
- Comisión de Regulación de Comunicaciones
- Unión Colombiana de Empresas Publicitarias-UCEP.
- Unión Nacional de Empresas de Marketing Estratégico y Comunicaciones-UNEMEC

Para el caso de la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP), menciona que la publicidad es importante por:

- Es instrumento para el crecimiento del sector productivo, la competitividad y la innovación.
- Permite el ejercicio de la libertad del consumidor para seleccionar de manera informada sus bienes y servicios de preferencia.
- Genera recursos para hacer sostenibles actividades y servicios de gran impacto en una sociedad como los medios de comunicación y las actividades culturales.
- Incide en la formación de valores, conservación de costumbres y difusión de iniciativas sociales.
- Es fuente de talento innovador y creativo para un país.
- Aporta al PIB de manera significativa.

También se encuentran en la industria asociaciones internacionales, entre las cuales se destacan:

- Cámara de Comercio Internacional ICC - www.iccwbo.org
- Alianza Europea de Estándares de Autorregulación Publicitaria – EASA www.easa-alliance.org
- American Association of Advertising
- Agencies – AAAA www.aaaa.org
- International Trademark Association - INTA www.inta.org
- Federación Mundial de Anunciantes - WFA www.wfanet.org
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI www.wipo.int/portal/es/
- Interactive Advertising Bureau (IAB) www.iab.com
- Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (FEDE) https://www.lafede.es/
- Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual – ASIPI www.asipi.org
- Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor – ODAI www.odai.org
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura – OEI www.oei.es
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO www.unesco.int

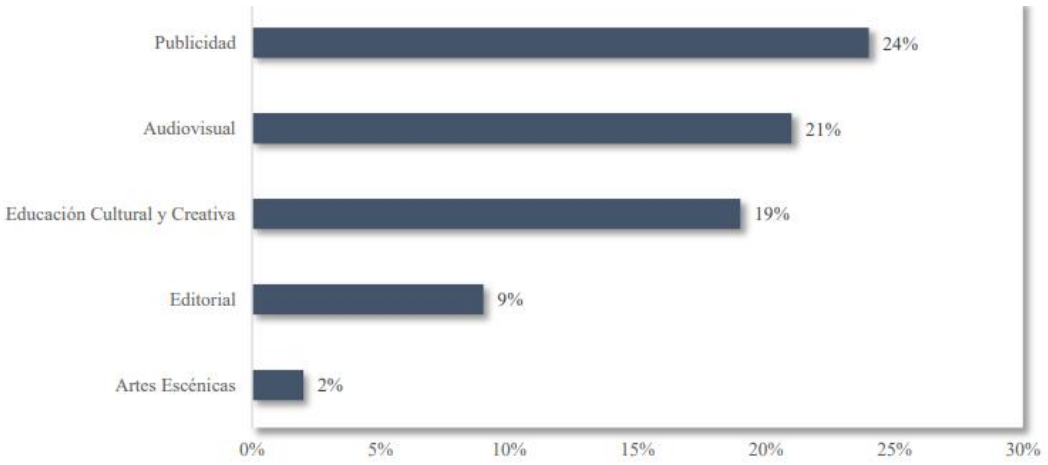
En Bogotá, a través de la Cámara de Comercio de Bogotá, se impulsó desde 2012, el Clúster de las Industrias Creativas y Contenidos, que es “un escenario neutral donde líderes empresariales, Gobierno, entidades de apoyo y academia trabajan colaborativamente para aumentar la productividad y

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

competitividad del sector". Allí se encuentran más de 244 empresas trabajando en temas de exportación, capacitación, posicionamiento, desarrollo de la cadena de valor, etc.

Dentro de los estudios económicos sectoriales realizados por la Superintendencia de Industria y Comercio, presentados en julio de 2019, en el marco de lo que era la política de la economía Naranja (Bienes y Servicios basados en el capital intelectual), denominado "Competencia en la Economía Naranja: La industria de la publicidad en Colombia", que tenía como fin determinar aquellas Industrias Culturales y Creativas que tienen un mayor peso en la economía nacional, la publicidad concentró la mayor participación en el valor agregado bruto nacional. Analizó también que esta economía naranja, genera ingresos anuales que representan un 3% del PIB mundial, y que previsiones recientes dice, representarían alrededor del 10% en los próximos años.

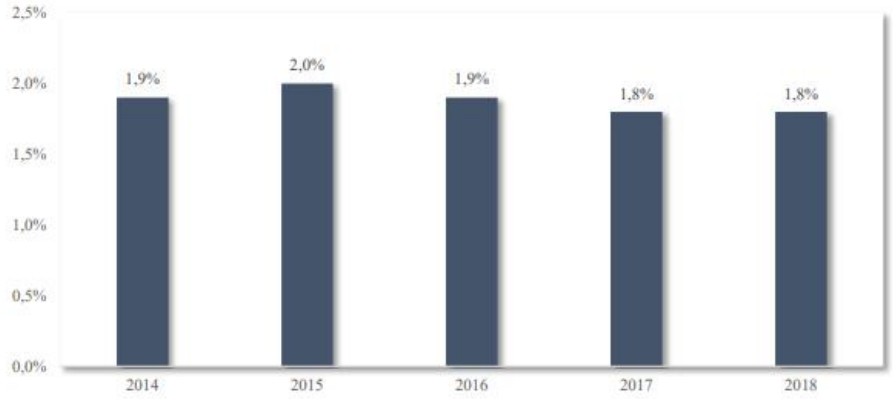
Es importante resaltar que la publicidad representa la mayor participación al valor agregado bruto de la industria, con un 24%, seguido de la audiovisual.



Fuente: DANE – Elaboración: GEE-SIC.

En este mismo estudio, se identifica que el valor agregado del sector al PIB nacional venía presentando un aporte constante, fluctuando en promedio en 1,9% en su aporte.

Gráfica 2: Participación de la Economía Naranja en el valor agregado nacional.



Fuente: DANE – Elaboración: GEE-SIC.

Lo que indican, según el estudio, es que el crecimiento y proyección de esta industria cultural y creativa fortalece las perspectivas del país, no solo por lo que en materia económica representa, sino también por el empleo y ocupación de las personas genera en el ámbito nacional.

De acuerdo con el informe DANE "Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa (CSECC) 2021 - 2022 (publicado el 21 de julio de 2023), en 2022, el número de ocupados de la economía cultural y creativa presentó un crecimiento de 18,6%, explicado por el crecimiento de la población ocupada en las tres áreas: artes y patrimonio (22,7%), industrias culturales (12,9%) y creaciones funcionales (16,3%).

Cuadro. Población ocupada por áreas de economía cultural y creativa Total nacional 2021 p – 2022pr

Áreas	2021[p]		2022[pr]		
	Ocupados	Participación (%)	Ocupados	Participación (%)	2022[pr]/2021[p]
Artes y patrimonio	256.926	43,7	315.345	45,2	22,7
Industrias culturales	79.781	13,6	90.092	12,9	12,9
Creaciones funcionales	251.616	42,8	292.530	41,9	16,3
Total	**588.323**	**100,0**	**697.967**	**100,0**	**18,6**

Fuente: DANE, Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa
[pr] preliminar
[p] provisional

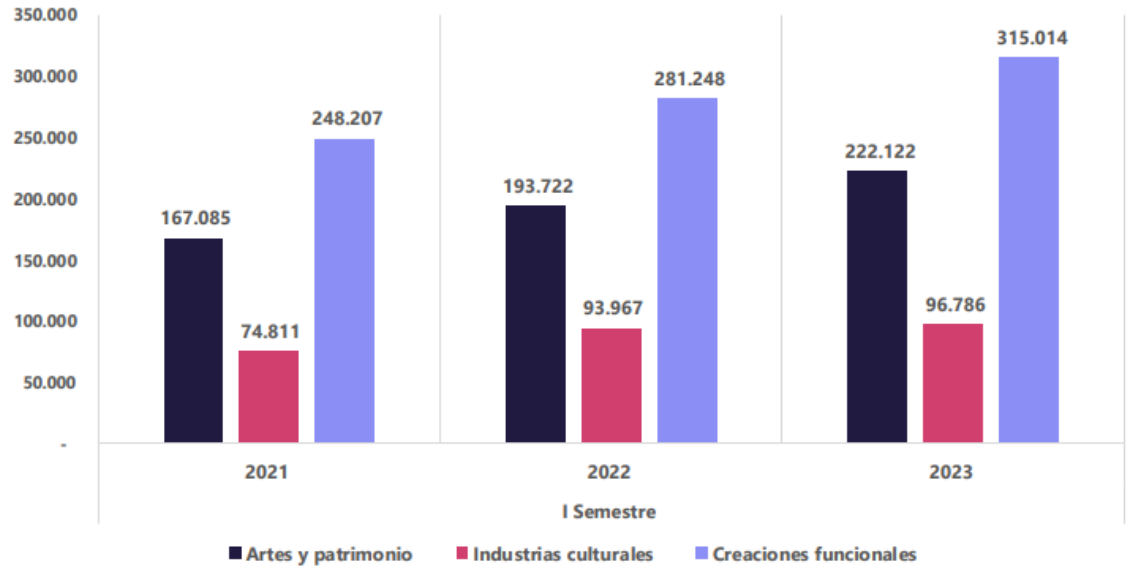
Fuente: DANE, Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa pr preliminar p provisional

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

Por otra parte, en 2022 pr el número de puestos de trabajo de economía cultural y creativa presentó un crecimiento de 15,2% con respecto al 2021 p , explicado por el crecimiento de las tres áreas, industrias culturales en 12,1%, artes y patrimonio en 15,1% y creaciones funcionales en 16,2%.

Esta información se puede contrastar con el reporte1 del sector Cultural, Creativo y de Saberes que atiende la Ley 2319 de 2023, donde se enuncia que la población ocupada en el sector creció en el 2023 un 10% en promedio más, con respecto al año anterior.

Gráfica: Personas ocupadas Sector Cultural, Creativo y de Saberes.



Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)
Nota: Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018

1.2. Perspectiva económica:

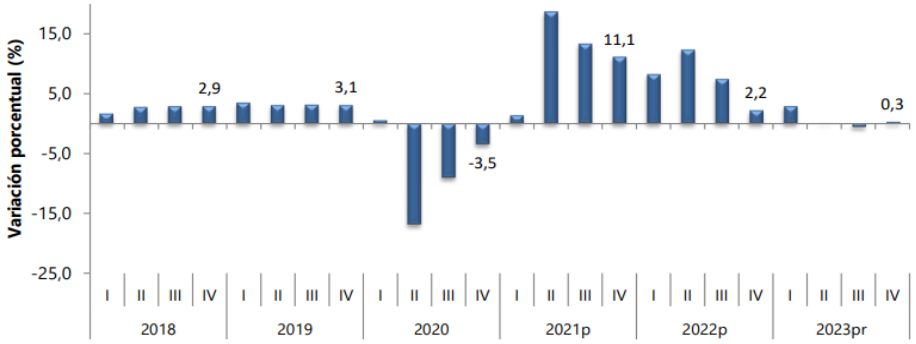
Es pertinente comenzar esta perspectiva entendiendo el comportamiento económico desde lo que el país produce, y conocer, teniendo como fuente la información del DANE, las perspectivas a las que como país nos enfrentamos. En esta óptica podemos comprender el estancamiento y decrecimiento de la economía de manera clara desde la pandemia causada por el COVID 19 (Ver imagen a continuación)

1 Tomado el 18 de febrero del décimo reporte del sector Cultural, Creativo y de Saberes https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-cultural-y-creativa/reportes

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

Producto Interno Bruto (PIB)
IV trimestre 2023 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen[1]
2018-I / 2023pr-IV



El análisis desde la perspectiva del PIB de la producción permite observar el desempeño de la economía nacional; la tasa de crecimiento del PIB real suele usarse como indicador del estado de salud general de la economía. En términos amplios, cuando el PIB real aumenta, revela que la economía está funcionando bien.

En el último reporte del DANE, efectuado en el mes de febrero del año en curso, reflejó la siguiente información:

El **Producto Interno Bruto** creció 0,6% en el año 2023pr (pr: Preliminar) respecto al año 2022p (p: Provisional) (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado 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).

En el cuarto trimestre de 2023pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 0,3% respecto al mismo periodo de 2022p (ver tabla 1). 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).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,04%. Las actividades económicas con mayor crecimiento trimestral son:

• Actividades financieras y de seguros crece 4,7%.

•Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 2,7%.

• Información y comunicaciones crece 1,8%

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Cuarto trimestre 2023pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2023pr/ 2022p	2023pr-IV / 2022p-IV	2023pr-IV/ 2023pr-III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,8	6,0	2,7
Explotación de minas y canteras	2,6	0,3	-3,5
Industrias manufactureras	-3,5	-4,8	-0,4
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	2,1	3,0	0,6
Construcción	-4,2	-1,6	1,6
Comercio al por mayor y al por menor[3]	-2,8	-2,3	1,6
Información y comunicaciones	1,4	3,1	1,8
Actividades financieras y de seguros	7,9	5,5	4,7
Actividades inmobiliarias	1,9	1,9	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	0,2	0,4	0,5
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	3,9	3,8	-0,6
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	7,0	-3,0	1,2
Valor agregado bruto	**0,6**	**0,4**	**-0,2**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	0,4	-0,5	0,9
Producto Interno Bruto	**0,6**	**0,3**	**0,04**

A continuación, se presenta la información que genera el DANE sobre las **actividades de servicio en el que se encuentra la Publicidad.**

Actividades profesionales, científicas y técnicas. Para el año 2023pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,2%, respecto al año 2022p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 0,6%.

- Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 0,2%.

En el cuarto trimestre de 2023pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 0,4% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2022p. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 2,3%.

- Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 1,3%

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece en 0,5%, explicado por:

• Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 1,3%.

• Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 1,2%.

Tabla 11. Actividades profesionales, científicas y tecnicas[1]
Tasas de crecimiento en volumen[2]
Cuarto trimestre 2023[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2023[pr]/ 2022[p]	2023[pr]-IV / 2022[p]-IV	2023[pr]-IV/ 2023[pr]-III
Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,6	2,3	1,3
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	-0,2	-1,3	-1,2
Actividades profesionales, científicas y técnicas[1]	**0,2**	**0,4**	**0,5**

Fuente: DANE, CT

PIB desde el enfoque de la producción:

El Producto Interno Bruto creció 7,0% en el año 2023pr, a precios corrientes, respecto al mismo periodo de 2022p (ver tabla 19). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado 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 15,1% (contribuye 2,2 puntos porcentuales a la variación anual).

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 9,0% (contribuye 1,9 puntos porcentuales a la variación anual).

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

• Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental crece 20,1% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).

En el cuarto trimestre de 2023pr, el Producto Interno Bruto crece 4,9% a precios corrientes respecto al mismo periodo de 2022p (ver tabla 19). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado 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 16,6% (contribuye 2,5 puntos porcentuales a la variación anual).

• Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 8,0% (contribuye 1,7 puntos porcentuales a la variación anual).

• Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental crece 20,7% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

Tabla 19. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento a precios corrientes
Cuarto trimestre 2023[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie Original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2023[pr]/ 2022[p]	2023[pr]-IV / 2022[p]-IV	2023[pr]-IV/ 2023[pr]-III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	5,3	0,6	3,9
Explotación de minas y canteras	-18,1	-27,1	-4,1
Industrias manufactureras	3,6	-1,3	0,7
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[1]	20,1	20,7	5,5
Construcción	6,8	10,3	3,4
Comercio al por mayor y al por menor[2]	9,0	8,0	3,3
Información y comunicaciones	5,3	7,2	4,6
Actividades financieras y de seguros	9,3	14,5	9,1
Actividades inmobiliarias	8,5	10,7	2,8
Actividades profesionales, científicas y técnicas[3]	9,7	10,3	3,0
Administración pública, defensa, educación y salud[4]	15,1	16,6	1,2
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[5]	17,5	6,9	2,4
Valor agregado bruto	**7,3**	**5,8**	**2,0**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	4,4	-3,7	-0,9
Producto Interno Bruto	**7,0**	**4,9**	**1,6**

Fuente: DANE, CT

Fuente: DANE

El segmento comercial de servicios se ve afectado en su oferta por varios factores dependiendo de la plataforma publicitaria, el tipo de publicidad, el público objetivo y otros elementos específicos del mercado. Algunos de los factores clave que influyen en los precios por publicidad incluyen:

- Oferta y Demanda: Aquí se afectan directamente los precios, si la demanda de publicidad en un espacio específico es alta y la oferta es baja, es probable que los precios ofertados sean más altos.
- Tipo de Plataforma: Los precios pueden variar según la plataforma publicitaria utilizada, ya sea en redes sociales, motores de búsqueda, publicidad en línea, televisión, radio, vallas publicitarias, pasacalles, etc.
- Segmentación del Público Objetivo: La capacidad de dirigirse a un público específico puede influir en los precios. Cuanto más específica sea la audiencia que se puede alcanzar con la publicidad, es posible que los precios sean más altos.
- Formato Publicitario: Diferentes formatos de anuncios (por ejemplo, anuncios de video, anuncios gráficos, anuncios de texto) pueden tener precios diferentes. Los anuncios más interactivos y visualmente atractivos a menudo tienden a costar más.

- Competencia: La competencia en el mercado publicitario puede afectar los precios. En mercados altamente competitivos, es posible que los precios suban debido a la demanda por espacios publicitarios limitados.
- Estacionalidad: Los precios pueden variar según la época del año. Por ejemplo, en épocas de alta demanda como las temporadas festivas, los precios pueden aumentar.
- Relevancia y Calidad del Anuncio: La calidad y relevancia del anuncio también son factores importantes. Plataformas publicitarias como Google Ads a menudo consideran la calidad y relevancia del anuncio al determinar los precios y la visibilidad.
- Ubicación Geográfica: Dependiendo de la ubicación geográfica del público objetivo, los precios pueden variar. Las áreas con una alta densidad de usuarios pueden tener precios más altos.
- Historial de Rendimiento: En algunas plataformas, el historial de rendimiento de anuncios anteriores también puede influir en los precios futuros. Anuncios con un buen rendimiento pueden recibir tarifas preferenciales.
- Objetivos de Publicidad: Los objetivos publicitarios específicos, como aumentar las conversiones, generar clics o aumentar la conciencia de la marca, pueden afectar la estrategia de precios.

En resumen, la **fijación de precios publicitarios** es un proceso complejo que involucra varios factores, y estos pueden variar según la plataforma y el medio publicitario. Cada anunciante debe considerar estos factores para desarrollar una estrategia de publicidad efectiva y rentable.

El panorama que se reflejaba para la publicidad exterior en el año 2023 fue tratado en la revista pym.

> "*En el año 2023, la publicidad Out Of Home, (OOH) por siglas en inglés, mejor conocida como publicidad exterior, avanzó a buen ritmo. Si bien Colombia está lejos de Europa, y Estados Unidos, vale resaltar los avances que ha tenido este modelo en el país, especialmente en la última década que, al compararse con los vecinos de la región, ha crecido de forma más acelerada gracias a la inyección de capital en tecnología.*
>
> *Las tendencias apuntan a personalizar mensajes publicitarios con tecnología de reconocimiento facial; a usar pantallas más grandes y alta resolución, para crear contenidos más interactivos y creativos, mediante recursos como reconocimiento facial, de gestos y de la voz. Así mismo la realidad aumentada será clave y la aplicación de la Inteligencia artificial (IA), ayudará a marcas a analizar mejor los datos y adaptar sus campañas publicitarias en tiempo real. Finalmente será noticia la mayor integración de la publicidad exterior digital exterior con los dispositivos móviles.*
>
> *El panorama de la OOH es positivo para el 2023, aunque no deja de ser retador si se tiene en cuenta el efecto negativo que causó la pandemia en la industria publicitaria. El reciente reporte anual AD Spend de Dentsu, que se realiza globalmente, proyecta un comportamiento plano para este año con una inversión total de $1.804 millones de dólares. En este contexto, la publicidad*

exterior podría presentar un posible decrecimiento de –8%, que será recuperado en 2024 (9.6%)"

Seguidamente el articulo refleja los retos actuales y lo que se viene para la publicidad visual externa, donde lo que van buscando como Publicidad no es solo generar una información sino lograr también sentimientos o emociones que permitan llegar de una manera más efectiva a los usuarios de la información, dice entonces:

> *"Factores como la movilidad urbana, puntualmente el crecimiento de la población y el aumento de la congestión vehicular ha generado una oportunidad para que las marcas se conecten de manera más efectiva con sus usuarios actuales o clientes potenciales.*
>
> *Del mismo modo, ha sido clave la publicidad interactiva que poco a poco, está desplazando a las vallas estativas, especialmente en los centros comerciales, aeropuertos, estadios y estaciones de Transmilenio, entre otros espacios estratégicos.*
>
> *De igual manera, es importante destacar el rol que está jugando actualmente la publicidad digital exterior. Así lo explica Héctor Bula, CEO de Medios de Dentsu en Colombia, quien afirma que la tecnología y la data han sido esenciales para la evolución de este negocio. "A pesar del impacto que causó la pandemia, la publicidad exterior no sólo mostró rápidamente señales de recuperación en términos financieros, sino también una acelerada reinvención de su oferta de valor". Esta modernización, agrega Bula, va más allá de la simple oferta de formatos e información. "Hoy la industria le está dando mayor importancia a enriquecer experiencias y a ser más contextuales, lo que significa en otras palabras que los publicistas nos estamos esforzando más por el hacer sentir que por el simple decir". 2.* https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios

Desde el DANE, para aportar a los procesos permanentes de mejora y actualización de las estadísticas económicas para responder a estándares nacionales e internaciones metodológicas y de clasificación, desde 2020 se publican los resultados del rediseño de la encuesta de servicios. Estos resultados permiten evaluar el comportamiento de los sectores económicos y su crecimiento o decrecimiento. El cuadro que sigue permite ver los sectores que son analizados, en su crecimiento o decrecimiento y permite tener alertas sobre los mismos.

En el caso puntual de la Publicidad, permite ver que sigue teniendo un crecimiento constante con respecto al anterior estudio del mercado.

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios
Total nacional
Marzo 2023ᵖ



Fuente: DANE – EMS
p Cifra provisional

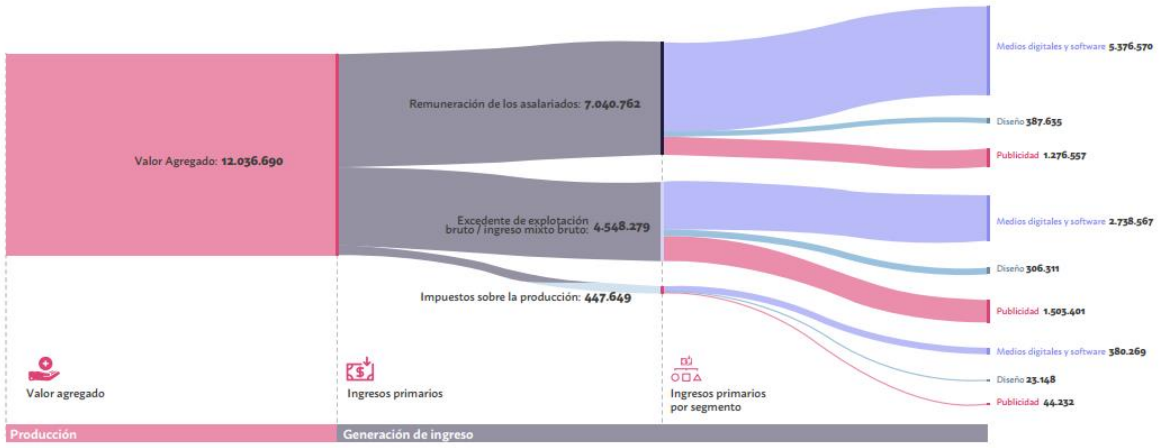
También en el reporte del sector Cultural, creativo y de saberes se menciona que las exportaciones de los bienes de dicho sector presentaron un aumento del 5,7%, de cifras contrastadas entre el 2019 y 2023

	Enero - Agosto						
	2019P	2022P	2023P	Variación 2023/2022 (%)	Variación 2023/2019 (%)	Contribución a la variación (p.p.) 2023/2022	Contribución a la variación (p.p.) 2023/2019
	Miles de dólares						
Total exportaciones e Industrias Culturales y Creativas	**83.442,7**	**84.414,7**	**88.195,2**	**4,5**	**5,7**		
Industrias Culturales	33.520,7	24.802,2	29.104,9	17,3	-13,2	5,1	-5,3
Creaciones Funcionales	38.099,3	46.249,8	47.950,6	3,7	25,9	2,0	11,8
Artes y Patrimonio	11.822,7	13.362,7	11.139,7	-16,6	-5,8	-2,6	-0,8

- Las exportaciones de bienes relacionados con las actividades de la Economía Cultural y Creativa presentan un aumento de 5,7% respecto al mismo periodo de 2019 (previo a pandemia); crecimiento atribuido al área de Creaciones funcionales, con una variación del 25,9% y una contribución de 11,8 p.p.

Fuente: DANE – DIAN
P: cifras preliminares
(p.p.) Puntos Porcentuales

De acuerdo con este reporte, el segmento de medios digitales y software, diseño y la publicidad se encuentra del área **Creaciones funcionales**, la cual generó un valor agregado a la economía por valor de 12.036.690 millones de pesos, donde el segmento de publicidad aportó a la remuneración de los asalariados 1.276.557 millones de pesos, que equivale a un 10% del total; un excedente de explotación bruto de $1.503.401 millones de pesos, que aporta un 12% al total; y unos impuestos a la producción de 44.232 millones de pesos, equivalentes al 0,03%. Importante anotar que esta información fue mapeada con datos del Distrito Capital.



Fuente: DANE, Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB).
pr: preliminar.

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

Presupuesto nacional

El Congreso de la República aprobó, el 18 de octubre de 2023, el proyecto de ley que decreta el Presupuesto General de la Nación (PGN) 2024, cuyo monto asciende a $502,6 billones, cifra 18,9% superior al PGN 2023 ($422,8 billones).

El PGN 2024 es consistente con el cumplimiento de la regla fiscal. Se proyecta que el Gobierno Nacional Central (GNC) cierre 2024 con un superávit primario de 0,2% del PIB y un déficit fiscal de 4,4% del PIB, ocasionado esencialmente por el pago de intereses de la deuda pública, cifras coherentes con el ancla de la deuda pública neta de activos financieros, fijada por la regla fiscal en 55% del PIB a partir de 2026.

El PGN 2024 se distribuye de la siguiente manera: funcionamiento $308,2 billones (18,0% del PIB); servicio de la deuda $94,5 billones (5,6% del PIB); e inversión que llega a su máximo histórico, con $99,9 billones ($5,9% del PIB).

Tabla. Composición Presupuesto General de la Nación 2023-2024

Concepto	2023*	2024			Variación		Porcentaje del PIB		
		Proyecto 1er. Debate	Pliego	Proyecto 2do. Debate	24/23	24D/23	2023	2024	2024D
	(1)	(2)	(3)	(4)=(2+3)	(5)=(2/1)	(6)=(4/1)	(7)	(8)	(9)
FUNCIONAMIENTO	**261.099**	**308.711**	**(487)**	**308.224**	**18,2**	**18,0**	**16,3**	**18,2**	**18,2**
Gastos de personal	47.630	55.011	-	55.011	15,5	15,5	3,0	3,2	3,2
Adquisición de Bienes y Servicios	13.355	13.748	11	13.759	2,9	3,0	0,8	0,8	0,8
Transferencias	196.271	236.148	(346)	235.802	20,3	20,1	12,2	13,9	13,9
Gastos de Comercialización y Producción	1.420	1.479	(142)	1.337	4,2	(5,8)	0,1	0,1	0,1
Adquisición de Activos Financieros	753	730	0	730	(3,0)	(3,0)	0,0	0,0	0,0
Disminución de Pasivos	551	347	-	347	(37,0)	(37,0)	0,0	0,0	0,0
Gastos por Tributos, Multas, Sanciones e Intereses de Mora	1.119	1.247	(10)	1.237	11,4	10,5	0,1	0,1	0,1
SERVICIO DE LA DEUDA	**78.498**	**94.521**	**0,6**	**94.522**	**20,4**	**20,4**	**4,9**	**5,6**	**5,6**
Principal	**31.942**	**37.356**	**0,6**	**37.357**	**16,9**	**17,0**	**2,0**	**2,2**	**2,2**
Acuerdos Marco de Retribución	2.060	634	-	634	(69,2)	(69,2)	0,1	0,0	0,0
Resto de gasto del Principal de la Deuda	29.882	36.722	0,6	36.722	22,9	22,9	1,9	2,2	2,2
Intereses	**42.134**	**55.230**	**-**	**55.230**	**31,1**	**31,1**	**2,6**	**3,3**	**3,3**
Comisiones y otros gastos	**409**	**509**	**-**	**509**	**24,2**	**24,2**	**0,0**	**0,0**	**0,0**
Fondo de Contingencias	**4.013**	**1.427**	**-**	**1.427**	**(64,4)**	**(64,4)**	**0,2**	**0,1**	**0,1**
INVERSIÓN	**83.247**	**99.365**	**486**	**99.851**	**19,4**	**19,9**	**5,2**	**5,9**	**5,9**
TOTAL	**422.844**	**502.597**	**-**	**502.597**	**18,9**	**18,9**	**26,3**	**29,6**	**29,6**
TOTAL SIN DEUDA	**344.346**	**408.076**	**(0,6)**	**408.075**	**18,5**	**18,5**	**21,4**	**24,1**	**24,1**

*Apropiación vigente a 30 de junio con estimaciones de cierre vigencia 2023 y adición Ley 2299 de 2023

Fuente: Dirección General del Presupuesto Público Nacional

Distribución PGN por Principales Sectores

SECTOR	2024 Proyecto 2do. Debate	Participación Porcentual
EDUCACIÓN	70.455,7	17,3
SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL	61.503,1	15,1
DEFENSA Y POLICÍA	56.048,0	13,7
HACIENDA	47.541,7	11,7
TRABAJO	44.371,9	10,9
TRANSPORTE	15.554,2	3,8
INCLUSIÓN SOCIAL Y RECONCILIACIÓN	15.204,5	3,7
MINAS Y ENERGÍA	12.575,8	3,1
IGUALDAD Y EQUIDAD	12.181,3	3,0
RAMA JUDICIAL	9.877,3	2,4
VIVIENDA, CIUDAD Y TERRITORIO	9.769,7	2,4
AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL	9.222,2	2,3
FISCALÍA	6.815,6	1,7
JUSTICIA Y DEL DERECHO	5.236,7	1,3
ORGANISMOS DE CONTROL	4.456,9	1,1
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES	4.012,1	1,0
INTERIOR	3.936,6	1,0
PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA	2.662,5	0,7
AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	2.057,4	0,5
RELACIONES EXTERIORES	1.829,6	0,4
REGISTRADURÍA	1.700,7	0,4
PLANEACIÓN	1.694,4	0,4
INFORMACIÓN ESTADÍSTICA	1.650,5	0,4
COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	1.508,8	0,4
CULTURA	1.473,1	0,4
DEPORTE Y RECREACIÓN	1.366,2	0,3
CONGRESO DE LA REPÚBLICA	1.270,0	0,3
SISTEMA INTEGRAL DE VERDAD, JUSTICIA, REPARACIÓN Y NO REPI	913,8	0,2
EMPLEO PÚBLICO	582,8	0,1
CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN	399,8	0,1
INTELIGENCIA	202,1	0,0
Total	**408.075**	**100,0**

*Cada sector tiene incluído el valor de incremento salarial

Fuente: Dirección General del Presupuesto Público Nacional

Los sectores con mayor aumento de recursos en 2024 frente a 2023, en línea con los objetivos de política pública que sustentan la formulación de los programas de gasto son: agricultura, inclusión social, tecnologías de la información, igualdad y equidad, deporte y cultura, entre otros, tal como se evidencia en la siguiente tabla

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

Sectores	2023 Total	2024 Total Def.	Var% 24/23
AGRICULTURA_Y_DESARROLLO_RURAL	5.438	9.222	69,6%
AMBIENTE_Y_DESARROLLO_SOSTENIBLE	2.035	2.057	1,1%
CIENCIA_TECNOLOGÍA_E_INNOVACIÓN	487	400	-17,9%
COMERCIO_INDUSTRIA_Y_TURISMO	1.457	1.509	3,5%
CONGRESO_DE_LA_REPÚBLICA	1.199	1.236	3,1%
CULTURA	810	1.473	81,8%
DEFENSA_Y_POLICÍA	49.491	56.463	14,1%
DEPORTE_Y_RECREACIÓN	950	1.366	43,8%
EDUCACIÓN	56.984	70.456	23,6%
EMPLEO_PÚBLICO	578	583	0,8%
FISCALÍA	6.386	6.990	9,4%
HACIENDA	47.509	47.561	0,1%
IGUALDAD Y EQUIDAD	9.226	12.181	32,0%
INCLUSIÓN_SOCIAL_Y_RECONCILIACIÓN	9.511	15.205	59,9%
INFORMACIÓN_ESTADÍSTICA	1.046	1.650	57,8%
INTELIGENCIA	171	202	18,5%
INTERIOR	3.134	3.940	25,7%
JUSTICIA_Y_DEL_DERECHO	4.562	5.237	14,8%
MINAS_Y_ENERGÍA	9.052	12.579	39,0%
ORGANISMOS_DE_CONTROL	4.377	4.457	1,8%
PLANEACIÓN	2.001	1.689	-15,6%
PRESIDENCIA_DE_LA_REPÚBLICA	2.453	2.663	8,6%
RAMA_JUDICIAL	8.608	9.895	15,0%
REGISTRADURÍA	2.545	1.701	-33,2%
RELACIONES_EXTERIORES	1.639	1.830	11,6%
SALUD_Y_PROTECCIÓN_SOCIAL	52.405	61.503	17,4%
SERVICIO_DE_LA_DEUDA_PUBLICA_NACIONAL	72.281	92.347	27,8%
SISTEMA_INTEGRAL_DE_VERDAD_JUSTICIA_REPARACIÓN_Y_NO_REPETICIÓN	779	914	17,2%
TECNOLOGÍAS_DE_LA_INFORMACIÓN_Y_LAS_COMUNICACIONES	2.527	4.012	58,8%
TRABAJO	38.886	44.437	14,3%
TRANSPORTE	16.365	17.069	4,3%
VIVIENDA_CIUDAD_Y_TERRITORIO	7.952	9.770	22,9%
TOTAL	**422.844**	**502.597**	**18,9%**

Presupuesto del Distrito Especial de Ciencia Tecnología e Innovación de Medellín 2024

El 6 de diciembre de 2023, el Concejo de Medellín aprobó el Proyecto de Acuerdo 150, “Que establece el Presupuesto General del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín para la vigencia fiscal 2024”. Seguido el Concejo Distrital expidió el Acuerdo N° 095 de 2023, publicado en Gaceta 5278 de diciembre 19 de 2023, mediante el cual se establece el Presupuesto General del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e innovación de Medellín para la vigencia fiscal 2024, el cual se distribuye así:

GASTO PÚBLICO SOCIAL		
SECTOR	**PRESUPUESTO 2024**	**PARTICIPACIÓN %**
DEFENSA Y SEGURIDAD	175.398.555.675	3,13%
INDUSTRIA Y COMERCIO	80.371.756.328	1,43%
SALUD	1.388.429.755.958	24,77%
COMUNICACIONES	18.074.762.875	0,32%
ENERGÍA	197.746.561.219	3,53%
EDUCACIÓN	2.183.100.623.521	38,94%
JUSTICIA	169.254.510.453	3,02%
MEDIO AMBIENTE	221.820.757.240	3,96%
AGROPECUARIO	7.896.955.092	0,14%
SANEAMIENTO BÁSICO Y AGUA POTABLE	387.427.552.398	6,91%
VIVIENDA	133.197.283.851	2,38%
DESARROLLO COMUNITARIO	331.196.514.180	5,91%
ARTE Y CULTURA	141.849.568.264	2,53%
RECREACIÓN Y DEPORTE	137.680.600.485	2,46%
OTROS SECTORES (PREVENCION Y ATENCIÓN DE DESASTRES)	32.482.429.595	0,58%
TOTAL	**5.605.928.187.134**	**100,00%**

Salario mínimo

El salario mínimo para Colombia en 2024 se fijó, mediante Decreto 2292 del 29 de diciembre de 2023, en **$1’300.000 COP**, lo cual representa un aumento de **12,07%** comparado con el salario mínimo fijado para 2023.

Gráfico. Evolución del salario mínimo en Colombia 2017-2024. Cifras en miles de pesos



Fuente: Ministerio del Trabajo (www.mintrabajo.gov.co) y decretos del Gobierno Nacional (www.presidencia.gov.co).

https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/salarios

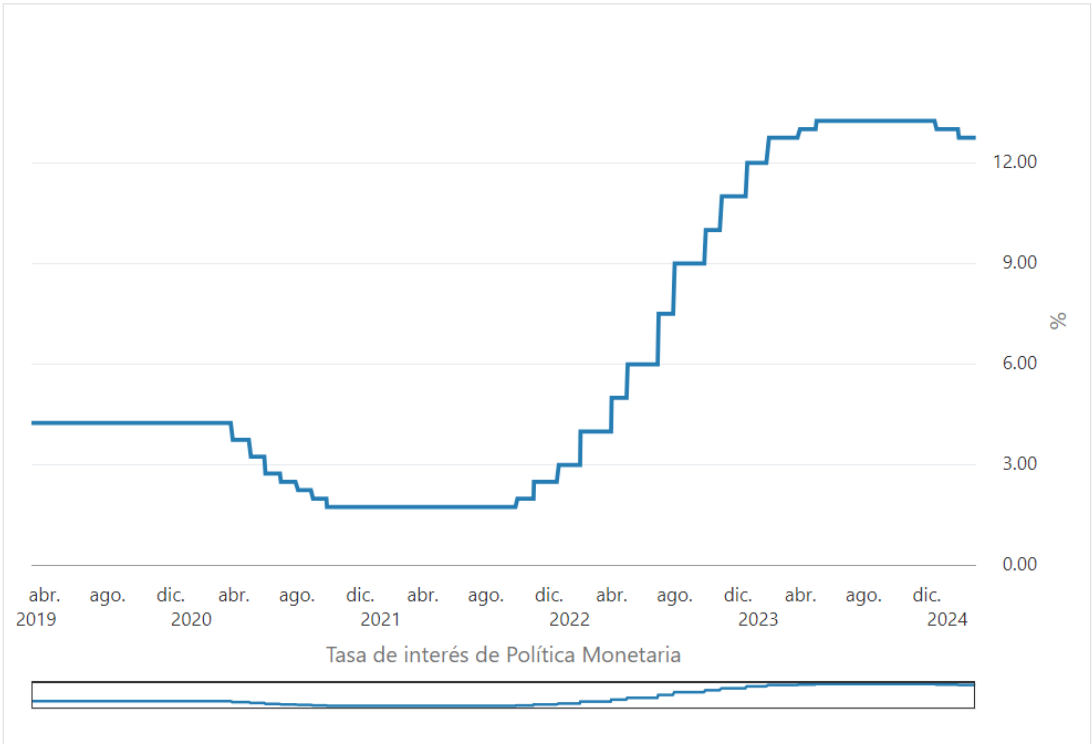
Fuente: https://consultorsalud.com/salario-minimo-y-auxilio-de-transporte-en-colombia-2024-decretos-2292-y-2293-de-2023/

Tasa de interés

La tasa de interés de referencia según datos tomados desde el 2018 tuvo un comportamiento a la baja hasta el 2021, de un nivel de 4,75% en enero de 2018 a 1,75% en septiembre de 2020, y un 2,5% en noviembre de 2021. Esto es congruente con la dinámica de la Política Monetaria del Banco de la República en respuesta a los efectos adversos de los años posteriores a la pandemia. A inicios de 2020 la tasa de interés se encontraba en 4,25% y esta fue disminuyendo a medida que fue avanzando el año con la intención de incentivar el consumo llegando a 1,75% el 28 de noviembre de 2020, tasa que permaneció constante hasta octubre de 2021,

A partir de esta fecha, la Junta Directiva del Banco de la Republica comienza a tomar medidas para controlar la inflación realizando 14 incrementos periódicos llevando una tasa de 13.25% el 2 de mayo del 2023 y que estuvo vigente hasta el 20 de diciembre de 2023, en esta fecha se disminuye la tasa a 13,00% con la finalidad de reactivar la economía aumentando el consumo con tasas de interés bajas y abaratar los créditos. Consecuentemente en febrero se registra una nueva disminución a 12,75%.

Gráfico. Evolución de la tasa de interés en Colombia nov 2017- dic 2023
(Por fecha de entrada en vigencia)



Fuente: Banco de la República. https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-interes-politica-monetaria

Análisis Especifico:

Con el fin de establecer el valor estimado de cada elemento y conocer las características básicas del mercado, la entidad realizó la publicación "RFI Vallas", "Estudio de mercado para Servicios para la producción, instalación y desinstalación de las piezas institucionales para publicidad exterior de gran formato, para fortalecer las estrategias comunicación", a través de la plataforma SECOP II entre el 22 y 28 de febrero, sin embargo, no obtuvo respuestas. Así mismo, se realizó solicitud de cotizaciones a algunas empresas del sector de las cuales si se obtuvo respuesta por parte de 3 de ellas.

A partir de la información recibida mediante cotizaciones, además del uso de los datos históricos de la entidad de procesos con alcance similar, afectados por el Índice de Precios del Consumidor IPC 2023, se construyó el presupuesto del proceso de selección a través del promedio simple de estos datos, para

lo cual se realizó previamente la exclusión de los valores atípicos, asignando un valor a cada tipo de elemento requerido.

El presupuesto del presente proceso está construido entonces a partir del valor unitario del elemento publicitario requerido, de allí que sea necesario mencionar que la frecuencia y cantidad de producción, instalación y desinstalación de elementos, será dada de acuerdo con los hitos de ciudad y las estrategias de comunicaciones que se definan, por lo cual, el presupuesto se agotará mediante solicitud de la entidad con ocasión de cada campaña.

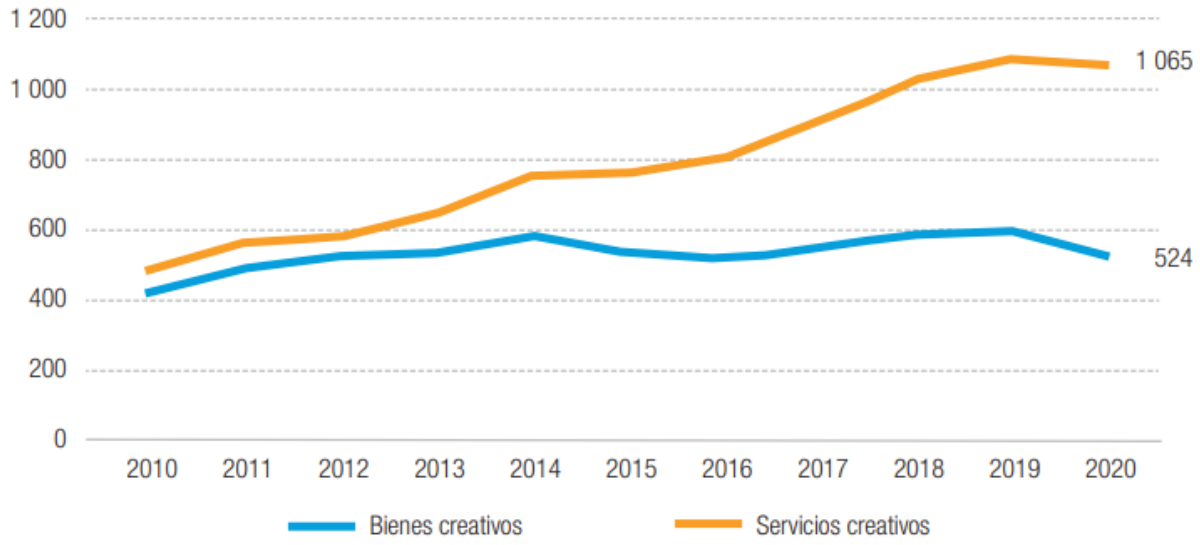
1.3. Perspectiva internacional:

La industria cultural y creativa, conocida con sus siglas - ICC 2, ha mostrado una mayor participación en el mercado global, tanto el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) lo mencionan, pues es una industria que le da apertura económica a los países en desarrollo. En el estudio de Competencia en la Economía Naranja, la industria de la Publicidad en Colombia, de la Superintendencia de Industria y Comercio mencionan que a nivel mundial la Economía Naranja, genera ingresos anuales de USD 2.250 mil millones, los cuales representan el 3% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y que, según previsiones recientes, representarán alrededor del 10% en los próximos años.

Según la ONU, en su informe de Perspectivas de la Economía Creativa 2022: Panorama general2, “Las exportaciones mundiales de bienes creativos aumentaron de 419 millones de dólares en 2010 a 524 millones de dólares en 2020, mientras que las exportaciones mundiales de servicios creativos aumentaron de 487.000 millones de dólares a casi 1,1 billones de dólares durante el mismo período”, informe preparado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

2 https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_overview_es.pdf

Exportaciones mundiales de bienes y servicios creativos en 2010-2020
(Miles de millones de dólares)



Fuente: UNCTAD.

En cuanto a los acuerdos comerciales que afectan el sector, de conformidad al decreto 1082 de 2015, el cual menciona que se debe indicar sí el proceso de contratación se encuentra bajo un acuerdo comercial, se evidencia en el Manual para el manejo de acuerdos comerciales de la Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente, que, para el caso del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, corresponde el nivel Distrital

Considerando el valor del contrato que se pretende celebrar y que no aplican excepciones según el objeto contractual, para este proceso se considera pertinente aplicar el Acuerdo comercial suscrito con: Triángulo del Norte (Guatemala) y la Decisión 439 de 1998 de la CAN.

El Distrito especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín dará a los bienes y servicios de los Estados con quienes Colombia ha suscrito el acuerdo comercial el mismo trato que a los servicios colombianos, según el Artículo 2.2.1.2.4.1.3. Del Decreto 1082 de 2015.

Tasa de cambio

El precio del dólar ha sido sensible a los comportamientos económicos, financieros, políticos sociales entre otros muchos factores tanto a nivel local como mundial.

El 1 de enero de 2023 la TRM se ubicó en $4.810,20 y cerró el 31 de diciembre del 2023 en $3.822,05 por dólar. En comparación entre el inicio y el cierre del año puede observar que la divisa estadounidense perdió $988,15. La TRM más baja del año fue de $3.822,05 y la más alta de $4.989,58.

En relación con las expectativas cabe señalar que durante el 2023, el peso local se revalorizó 21,5 % frente al dólar estadounidense. Este comportamiento podría mantenerse en 2024, pues expertos y entidades como Morgan Stanley han rebajado la perspectiva sobre la moneda extranjera y de acuerdo con el Plan Financiero de 2024 del Gobierno espera que la estabilidad de los mercados internacionales se mantenga, así como los precios del petróleo y pueda permanecer el valor de la moneda extranjera estable durante este año.

Fuente: https://www.portafolio.co/economia/finanzas/dolar-hoy-precio-del-dolar-en-colombia-09-de-enero-de-2024-trm-595599

Gráfico. Promedio trimestral de la Tasa Representativa del Mercado
(TRM - Peso por dólar)
Octubre 01 a diciembre 31 2023



Promedio TRM cuarto trimestre (Octubre – diciembre del 2023): $ 4.070,15COP

Fuente: Elaboración propia de la Unidad de Abastecimiento Estratégico 2023
https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/trm
Banco de la República de Colombia - dólar Colombia (2023)

El mes de marzo de 2024, la Tasa Representativa del Mercado (TRM) se promedia en **$3.930** por dólar.

1.4. Perspectiva técnica:

El segmento de la publicidad ha venido transformándose al pasar de los años; la revolución industrial como la cuarta revolución industrial que datan del siglo XX y XXI, han permeado las condiciones técnicas y tecnológicas en las tintas, las máquinas de impresión, los materiales impresos, la calidad, como los tiempos de entrega de la industria publicitaria. Aunque la publicidad visual ha migrado en su mayoría a las redes sociales, con el uso de lo digital, la industria no desaparecerá en el mediano plazo, pues esta industria innova constantemente por los recursos que se crean con los diseñadores de marca y sus creativas invenciones y la tecnología en su producción.

A continuación, se relaciona desde el aspecto tecnológico, calidad y tiempos de entrega, las condiciones que marcan el paso en la contemporaneidad de la publicidad exterior visual.

a) Tecnología:

Inicialmente la publicidad en pasacalles y vallas era una actividad artesanal puesto que implicaba la dedicación de una persona para reflejar la necesidad de un cliente con el uso de pintura sobre una tela; posteriormente se hizo más eficiente el poder publicitar en masa con los stencil también pintados a mano, y luego con el uso del aerosol o la técnica screen. A medida que la revolución industrial avanzaba, aparecen máquinas de impresión de gran formato en materiales variados como cartón, MDF, lámina, poliestireno, entre otros, donde la pulcritud, eficiencia y calidad imperaron. La tecnología que hoy se destaca en el mercado es la impresión ink-jet, la cual cuenta con la mejor precisión en la actualidad, también se encuentra la impresión en 3D, acompañado con el análisis de la inteligencia artificial en la publicidad, la cual permite producir anuncios más efectivos al público objetivo.

En la ciudad de Medellín existen varias empresas que innovaron en el sector importando las impresoras de gran formato e ink-jet, entre las que se destacan Vallas y avisos, Procolores, Hercas Imprideas, Masvisual, Sady, Vallas colombianas entre otros.

Aunque se evidencia una migración a la publicidad digital en pantallas led con tecnología 3D, también la publicidad tradicional mantiene su cuota en el mercado dado que los materiales en bastidores, como las veletas en fibra de carbono con soportes de aluminio, o los plotters de corte en rígido y blando siguen mejorando y son de gran utilidad en el mercado.

b) Calidad

La calidad de los insumos se refiere en el proceso productivo que mejora la cadena de producción y la industria publicitaria ha utilizado la mejora continua de las materias primas. En la actualidad, las vallas,

pendones y pasacalles utilizan lonas banner de calibre de 12 o 13 onzas, también telas de última tecnología como la recién lanzada por lafayette para el mercado publicitario o tela tempestad a doble cara.

Las lonas publicitarias también han mejorado con el paso del tiempo, por ejemplo, está la variedad Mech o Blackout con calibres 12 o 13 onzas que tienen mayor durabilidad y resistencia; los adhesivos también han sido afortunados con el cambio tecnológico, existen tipo blackout, sandbasting, brush, microperforado, etc, las cuales han mejorado en calidad, sostenibilidad, resistencia y se encuentran en el mercado nacional e internacional.

La señalética tiene una infinidad de usos en el mercado publicitario, su surgimiento se debe a que se convirtieron en la cotidianeidad en un distintivo de seguridad informativo que provee información u orientación en un área determinada. Los elementos más comunes que han sido utilizados para las demarcaciones son el sintra (que es un aglomerado plástico), la madera MDF y RH (esta última usada en exteriores), la lámina brush o galvanizadas, los acrílicos o el alucobond (láminas de aluminio finamente sobrepuestas).

Ahora bien, las tintas son otro insumo del segmento publicitario que han tenido un importante avance tecnológico, ahora se encuentran en el mercado tintas látex, bases solventes, libres de cloro, uv,eco solventes, entre otras, que han permitido optimizar los procesos y aportan soluciones amigables en la producción.

c) Tiempos de entrega

La optimización en ahorro de impresión se ve permeada por dos grandes aspectos: el primero por la implementación de adecuados, actualizados y nuevos software y el segundo por las máquinas de impresión que agilizan el proceso de producción. Hoy en día se evidencian empresas que, a través de la actualización de sistemas de información globales con interfaces amigables con los usuarios, producen datos variables de manera más rápida y mejorar los flujos de información. También con las máquinas de imprenta modernas se optimizan los tiempos de entrega puesto que las características de las tiradas, las boquillas como la inyección de las tintas son más agiles.

1.5. Perspectiva legal:

La normativa vigente aplicable al objeto del proceso de contratación es la siguiente:

- Ley 140 de 1994, por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional
- Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, es la norma encargada de proteger al consumidor tanto en entornos de publicidad tradicional como en entornos digitales.
- Ley 1474 de 2011, por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la

gestión pública. En esta ley, el Art. 10- da lineamientos respecto al Presupuesto de publicidad; los parámetros para que las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, destinen recursos en la divulgación de los programas y políticas que realicen,

- Resolución 3066 de 2011, Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones.
- Decreto 975 de 2014. Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores.
- Decreto 1369 de 2014. Por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos
- Ley 1834 de 2017 dispuso la creación del Consejo Nacional de Economía Naranja (CNEN), el cual fue reglamentado mediante el Decreto 1935 de 2018, como coordinador institucional de la Economía Creativa, para la promoción y fortalecimiento de instituciones públicas, privadas y mixtas orientadas a la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de las actividades culturales y creativas, desarrollando adecuadamente el potencial de la Economía Creativa.
- Ley 1834 de 2017, por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja El Congreso de Colombia
- La Ley 1943 de 2018 modificó el Estatuto Tributario y estableció un incentivo para las ICC, con una renta exenta a partir del año 2019 y por siete años para las firmas del sector que cumplan con unos requisitos de inversión y empleo y sean aprobadas por el CNEN. Lo anterior se reglamentó por el Decreto 1669 de 2019.
- Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria: Expedido por la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP), el Código es una regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio.

Entre las entidades que apoyan la regulación de la industria se encuentran:

- Superintendencia de Industria y Comercio (Colombia) www.sic.gov.co
- Centro Colombiano del Derecho de Autor – Cecolda www.cecolda.org.co
- Dirección Nacional del Derecho de Autor – DNDA www.derechodeautor.gov.co
- Ministerio de Cultura de Colombia www.mincultura.gov.co
- Cluster de Industrias Creativas y Contenidos - Cámara de Comercio de Bogotá www.ccb.org.co
- Ministerio de TICs, Colombia www.mintic.gov.co
- Procolombia www.procolombia.co

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia

2. Análisis de la demanda

Categoría de Comunicación Masiva

Para el inicio del estudio de la demanda se parte como base del Plan anual de Adquisiciones (PAA) ejecutado en el año 2023, el cual está clasificado bajo categorías de gasto establecidas por el Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín. Posteriormente se realiza una revisión de cada una de las necesidades que corresponden a la categoría de Comunicación Masiva, identificando y clasificando cuales son las más representativas.

El presente proceso de contratación pertenece a la categoría de Comunicación Masiva del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, la cual comprende:

Conjunto de bienes y/o servicios que estén relacionados con la comunicación a las masas o poblaciones a escala.

Incluye contratación de:

Estrategias comunicacionales - campañas publicitarias, planes de medios, programación y desarrollo de programas institucionales, promos y transmisiones especiales, en radio, televisión, prensa y redes sociales, entre otros.

La categoría de **Comunicación Masiva**, en el 2023 tuvo una inversión de $17.202.987.325,00, que corresponden al 0.89% del total del gasto de la Alcaldía de Medellín con 5 necesidades de compra

Tabla. Valor necesidades por categorías del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín 2023

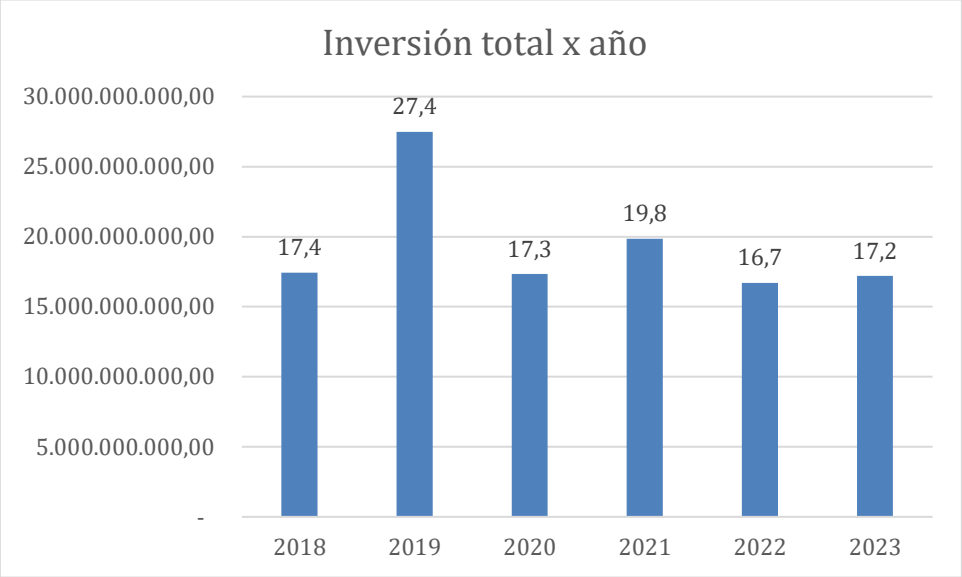
Categoría	Gasto por categoría	Necesidades por categoría	Participación del gasto por categoría
Bienes Y Servicios De Oficina	$ 154.810.974.829	86	7,96%
Ciencia Tecnología E Innovación	$ 113.582.724.417	72	5,84%
Compra Y/O Arrendamiento Inmueble	$ 19.163.760.105	39	0,98%
Comunicación Masiva	$ 17.202.987.325	5	0,88%
Desarrollo Económico	$ 41.767.310.843	25	2,15%
Ejecución De Proyectos	$ 446.497.212.751	116	22,94%
Eventos, Actividades Y Mercadeo	$ 117.848.000.600	42	6,06%

Gestión Medioambiental	$	64.301.228.216	18	3,30%
Mantenimiento De Bienes Inmuebles Por Adhesión	$	2.911.943.798	9	0,15%
Servicios Culturales Y Becas	$	29.436.734.097	22	1,51%
Servicios De Alimentación	$	39.916.423.358	6	2,05%
Servicios De Construcción	$	96.754.319.049	10	4,97%
Servicios De Consultoría	$	19.464.413.330	20	1,00%
Servicios De Mantenimiento De Obras Civiles	$	20.404.610.243	13	1,05%
Servicios De Salud	$	89.674.306.250	36	4,61%
Servicios de Seguridad	$	10.525.863.329	11	0,54%
Servicios De Transporte	$	46.804.251.084	7	2,41%
Servicios Educativos	$	253.390.398.151	214	13,02%
Servicios inmobiliarios	$	-	0	0,00%
Servicios Profesionales	$	108.857.462.077	785	5,59%
Servicios Públicos	$	17.103.249.399	3	0,88%
Servicios Sociales	$	187.573.985.806	54	9,64%
Vehículos	$	48.059.716.949	21	2,47%
Total general	**$**	**1.946.051.876.006**	**1614**	**100,00%**

Fuente: Plan Anual de Adquisiciones (PAA), 2023

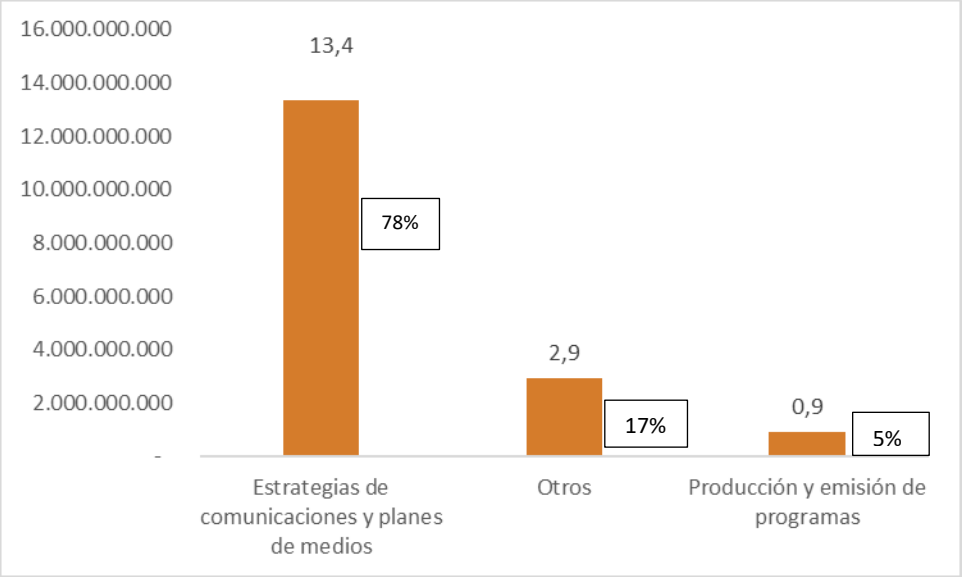
Gráfico. Histórico valor anual categoría de Comunicación Masiva
Cifras en miles de millones COP

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia



Fuente: Histórico Plan Anual de Adquisiciones (PAA), 2018-2023.

Gráfico. Valor anual por Subcategoría Comunicación Masiva 2023



Fuente: Plan Anual de Adquisiciones (PAA) 2023.

Se puede evidenciar que la subcategoría de Estrategias de Comunicación y planes de medios representa el 78% de la categoría

2.1. Adquisiciones previas del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín

Para el presente análisis de tiene información de referencia de los años 2017 a 2023, así:

PUBLICIDAD EN GRAN FORMATO Período de información: 2018 - 2023					
Año	**No. Del Contrato**	**Objeto**	**Valor total del contrato**	**Valor inversión en gran formato**	**% de inversión respecto al valor total del contrato**
2018	4600069585	Contrato interadministrativo de gerencia de recursos para la operación logística de eventos institucionales, disposición de espacios y desarrollo estrategias de comunicación logística de eventos institucionales, disposición de espacios	$4.519.446.981	$135.226.923	3%

2019	4600078734	Contrato interadministrativo de mandato sin representación para la operación logística de eventos institucionales, disposición de espacios y desarrollo de estrategias de comunicación	$2.600.000.000	$148.935.902	6%
2019	4600081453	Contrato interadministrativo de mandato sin representación para la operación logística de eventos institucionales, disposición de espacios y desarrollo de estrategias de comunicación	$4.795.352.458	$496.032.621	10%
2020	4600084763	Contrato interadministrativo de mandato sin representación para la operación logística de eventos institucionales, disposición de espacios y el desarrollo de estrategias de comunicación.	$2.777.726.068	$205.290.605	7%
2021	4600088929	Contrato interadministrativo de mandato sin representación para la operación logística de eventos institucionales, disposición de espacios y el desarrollo de estrategias de comunicación.	$2.809.276.376	$484.868.880	17%
2022	4600094443	Contrato interadministrativo de mandato sin representación para la operación logística de eventos institucionales, disposición de espacios y el desarrollo de estrategias de comunicación.	$5.144.665.680	$301.204.100	6%
2023	4600096431	Contrato interadministrativo de mandato sin representación para la operación logística de eventos institucionales, disposición de espacios y el desarrollo de estrategias de comunicación.	$6.240.000.000	$1.531.059.385	25%

El Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín y su Secretaría de Comunicaciones contrataron esto en años anteriores mediante contratos interadministrativos de mandato sin representación, suscritos en su mayoría con la sociedad de economía mixta Plaza Mayor, Medellín Convenciones y Exposiciones S.A.

2.2. Histórico de compras o adquisiciones de otras Entidades Estatales y otros consumidores del bien o servicios

Para el caso concreto de este Análisis del Sector de la producción Publicitaria, se refleja a continuación la información con base en el SECOP II, los contratos adjudicados y celebrados con el código de las Naciones Unidas en las que se enmarca este proceso (82101500 -PUBLICIDAD IMPRESA, 82101500 -PUBLICIDAD IMPRESA, 82101701 –PUBLICIDAD EN PANCARTAS, 82101802 –SERVICIOS DE PRODUCCIÓN PUBLICITARIA) 82101802 - Servicios de producción publicitaria), se encontró en el

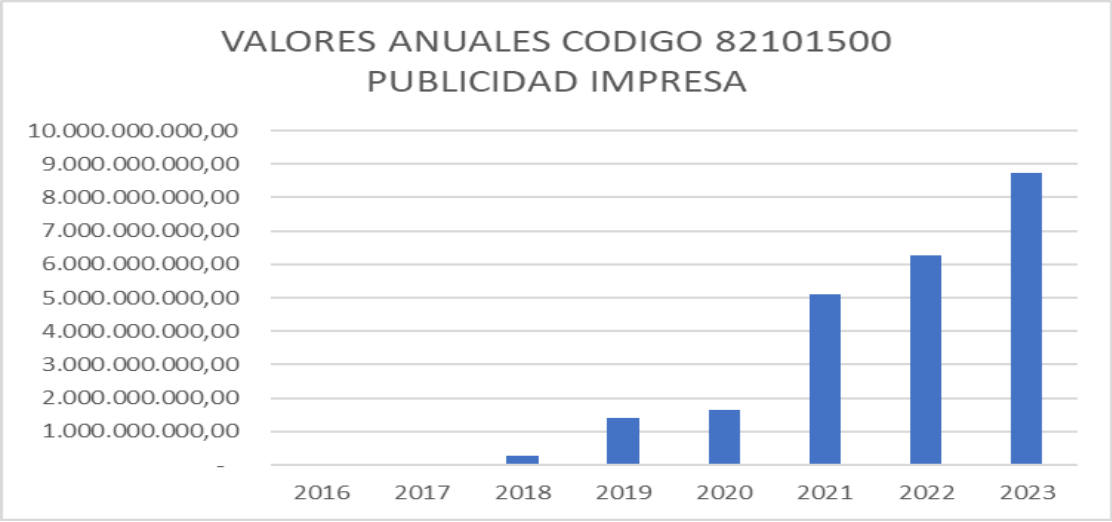
Secop II la siguiente información con filtro desde año 2014 con el concepto "Proceso adjudicado y Celebrado":

Contratos celebrados y ejecutados desde el 2013 a diciembre de 2023

A continuación, se presenta información de la contratación según los códigos y el valor anual:

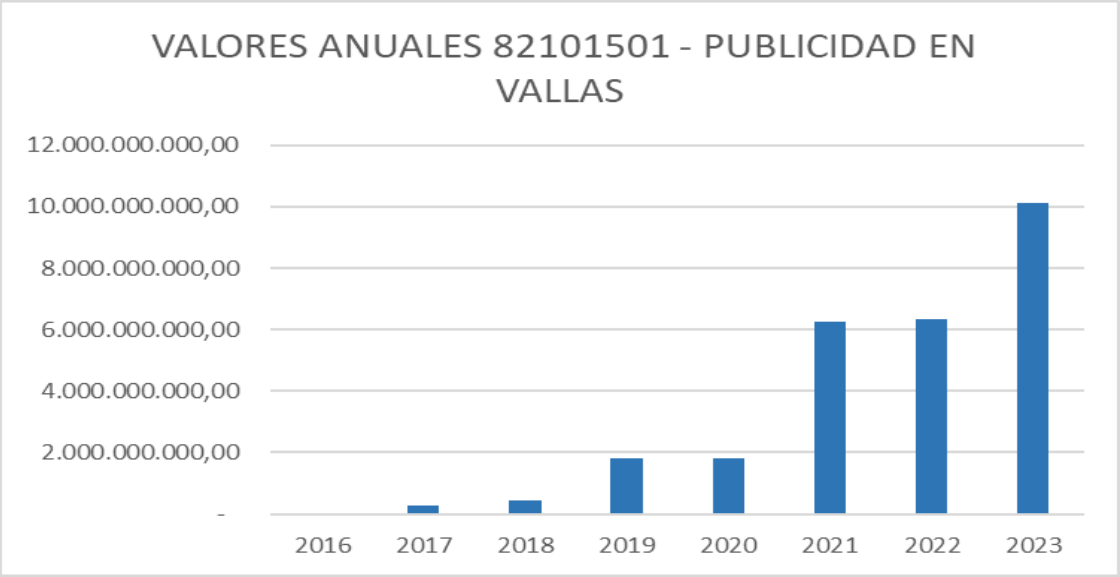
Código UNSPSC 82101500 – Publicidad impresa.

AÑO	VALORES ANUALES	CANT DE CONTRATOS
2016	-	
2017	-	
2018	257.814.644,00	2
2019	1.420.755.179,00	7
2020	1.639.538.263,00	8
2021	5.100.770.482,33	19
2022	6.272.993.376,33	26
2023	8.736.985.691,33	33
TOTAL	**23.428.857.635,99**	**95**



Código 82101501 – Publicidad en Vallas

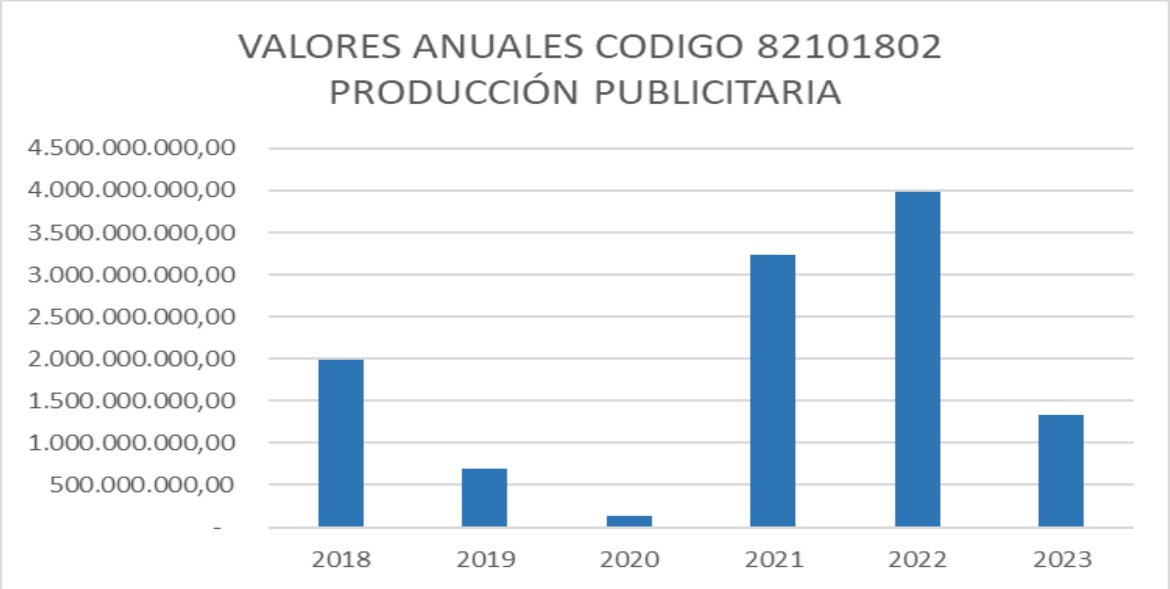
AÑO	VALORES ANUALES	CANT DE CONTRATOS
2016	-	0
2017	266.176.027,00	1
2018	449.554.644,00	4
2019	1.795.281.451,00	8
2020	1.803.071.863,00	9
2021	6.240.734.575,33	27
2022	6.331.293.376,33	27
2023	10.104.363.136,27	38
TOTAL	**26.990.475.072,93**	**114**



Código 82101802 - Producción publicitaria (Agencias de Publicidad)

AÑO	VALORES ANUALES	CANT CONTRATOS
2018	1.993.158.935,00	6
2019	696.257.020,00	3
2020	131.971.867,00	1
2021	3.228.170.124,00	8
2022	3.980.789.233,00	12
2023	1.333.917.131,00	9

TOTAL	**11.364.264.310,00**	**39**



Finalmente, con el código 82101701 – Servicios de publicidad en pancartas, solo existe un contrato, por valor de $64.462.300 celebrado en el año 2021.

3. Análisis de la oferta

3.1. ¿Quién vende?

Los proveedores de servicios de publicidad exterior visual dentro del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, mercado local, son variados y se dividen principalmente en dos categorías: agencias de publicidad y empresas especializadas en impresión de gran formato. A continuación, se detallan:

1. Agencias de Publicidad: Estas empresas se especializan en la conceptualización, diseño y ejecución de campañas publicitarias en diversos medios, incluyendo la publicidad exterior visual. Su expertise abarca desde la creación de conceptos creativos hasta la gestión logística de la campaña.

2. Empresas de Impresión de Gran Formato: Se dedican a producir e imprimir materiales publicitarios en formatos grandes, como vallas publicitarias, carteles y lonas. Cuentan con la tecnología y experiencia necesarias para garantizar la calidad y durabilidad de los materiales impresos.

La identificación de estos proveedores locales ofrece una amplia gama de opciones para los clientes que buscan servicios de publicidad exterior visual en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, asegurando así una oferta diversificada y competitiva en el mercado. A continuación, se presentan empresas del mercado local anteriormente mencionado:

Nombre comercial y/o Razón social	***Contacto***	***Dirección***	***Oferta comercial***
Inngenio	wendyr@inngenioestudio.com Tel.: 50172965	https://sites.google.com/inngenioestudio.com/inngenioestudio/inicio	Imagen corporativa, diseño editorial, diseño farmacéutico, redes sociales y marketing digital
Creamos Color	impresionmedellin@gmail.com (+57) 302 409 98 88	https://creamoscolor.co/	Impresiones gran formato, (Pendones, vallas, microperforados, bastidores, adhesivos, decoración vehicular pasacalles), Impresión digital laser,
Artimaña Impresión	alejoolaya@arti-mana.com	https://www.arti-mana.com/impresion-digital-gran-formato/	Impresión Digital gran formato, Fabricación de Impresos publicitarios, Lienzo grafia.
Impresos Fénix	3187003836	https://impresosfenix.com.co/productos/impresion-gran-formato/	Impresión de bolsas, Souvenirs, Papelería comercial, impresiones gran formato,
Lito Creativos Medellín	604 529 9867 3052168438	https://litocreativos.co/nuestros-productos/impresion-gran-formato-medellin-2/	Impresiones gran formato, Pendones, vallas, microperforados, bastidores, adhesivos, decoración vehicular pasacalles, rompe tráficos, avisos luminosos.
Gran Formato	info@granformato.co 3045358410	https://granformato.co/	Vallas, microperforados, Pendones, vinilos adhesivos, Lonas, Señalización. Porta pendones y exhibidores.
Imprenta soluciones	3104303128	https://www.imprentasoluciones.com/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAuNGuBhAkEiwAGId4aleOVc1AIFn7nrpd1SSgAjmj5iUHjh21LNYC4LOBEWjh7lclfKLpvxoCUZwQAvD_BwE	Impresión Digital Impresión gran formato, Publicidad exterior, Publicidad Impresa
Printooh Publicidad	3053543776	https://printoohpublicidad.wixsite.com/publicidad/services-4	Vallas, avisos, parasoles, Barreras, Tótem, Carros vallas, Telones, banderines, Avisos institucionales, Vidrieras, Decoración Vehicular, Señalización vial.
Difusión creativa	3004821702 Diseno@difusioncreativa.com.co	https://www.difusioncreativa.com.co/2019/12/14/impresion-gran-formato-medellin/	Avisos luminosos, Impresión digital, Impresión a gran formato, Mobiliario comercial
Arca Publicidad	3017266496 Contacto@arcapublicidadz.co	https://arcapublicidadz.co/productos/impresion-gran-formato-medellin/	Pendones, micro perforados, adhesivos, plotter, MDF laminado, marcación vehicular, avisos luminosos, bastidores, vallas, pasacalles.
La fecha ideal	3028391159 3216138605	https://www.lafechaideal.com/impresion-gran-formato-medellin/	Pendones, pasacalles, rompe tráfico, impresión en vinilo para murales, floor graphics
J Deivis Publicidad	3005102502 Litografiamedellin@gmail.com	https://jdeivispublicidad.com/impresion-a-gran-formato/	Pendones, vallas publicitarias, pasacalles, lonas vinilos, murales, señalizaciones.
W Creative agencia y litografía	3045659181 Litografiawcreative@gmail.com	https://wcreative.com.co/publicidad-exterior-medellin/	Avisos luminosos, pasacalles, vallas, rompe tráficos, bastidores.

Azabache Producciones Litográficas	3195918640	https://azabachepro.com/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAuNGuBhAkEiwAGId4amh_oqv9LdZ-PvnbdqfppEOtEPfvb2KFdqHPTu9G70MZyQa0BT_p2RoC_k0QAvD_BwE	Impresión litográfica, impresión digital y plotter, vallas avisos y tableros, souvenirs estampados y sublimados
Vallas y Avisos	3104058177 6042855505	https://www.vallasyavisos.com.co/servicio/13/impresion-digital	Fototelones, vinilos y vallas

En el Departamento de Antioquia se encuentran, entre otras, las siguientes:

Nombre	NIT	Tipo Empresa	Es Pyme	Fecha Creación	Departamento	Municipio	Código Categoría Principal	Descripción Categoría Principal
UT IMPRESIÓN Y COPIADO 2021	900.024.793	Unión Temporal	Si	05/26/2021	Antioquia	Itagüí	V1.82100000	Publicidad
SEÑALIZACIÓN Y MONTAJES SAS	900.349.535	Sociedad Anónima Abierta colombiana	No	10/23/2015	Antioquia	Medellín	V1.82100000	Publicidad
UNIDAD CREATIVA S.A.S	900.192.211	Sociedad por acciones simplificada	Si	05/29/2018	Antioquia	Medellín	V1.82100000	Publicidad
ELIANA VEGA CARDONA	43.833.031	Persona Natural colombiana	Si	01/11/2023	Antioquia	Envigado	V1.82100000	Publicidad
PROYECTOS INSTITUCIONALES	1.026.253.055	Persona Natural colombiana	No	11/22/2018	Antioquia	Sabaneta	V1.82100000	Publicidad
CONSORCIO DAVID ALBA - FUNVIRES	901.113.870	Consorcio	Si	08/24/2017	Antioquia	Itagüí	V1.82100000	Publicidad
ARCÁNGEL EXPERIENCIAS DE MARCA S.A.S	900.334.391	Sociedad por acciones simplificada	Si	10/11/2017	Antioquia	Medellín	V1.82100000	Publicidad

Considerando lo anterior y que para la entidad es relevante que el proponente acredite que cuenta con domicilio principal o sucursal o establecimiento de Comercio en Medellín o en el Área Metropolitana, por los servicios de instalación, desinstalación y bodegaje que debe prestar, se encuentra que existe oferta a nivel departamental, en caso de que sea aplicable la limitación territorial a Mipyme con domicilio en Antioquia.

3.2. ¿Cuál es la dinámica de producción, distribución y entrega de los bienes y servicios?

La producción, distribución y entrega en publicidad exterior visual abarca etapas cruciales que garantizan la efectividad y calidad de cada campaña. Estas fases comprenden:

1. Planeación Creativa y Presupuestaria: En esta etapa inicial, se da forma a la idea creativa mediante la colaboración de profesionales del sector publicitario, quienes trabajan en consonancia con un plan estratégico predefinido y un presupuesto asignado para la ejecución de la campaña.

2. Selección de Proveedor y Entrega de Artes: Una vez definida la idea creativa, se selecciona un proveedor del mercado para la elaboración de las piezas publicitarias. La entrega de las artes al productor se realiza después de ser revisadas y aprobadas por el equipo directivo, quienes validan la coherencia con los objetivos establecidos.

3. Evaluación y Planificación de Producción: El equipo ejecutor revisa detalladamente las artes, evaluando aspectos técnicos como la resolución, materiales, acabados y tiempos de entrega. Con base en esta evaluación, se elabora un plan de trabajo que guiará el proceso de producción.

4. Producción y Revisión Parcial: La ejecución de la producción se inicia de acuerdo con el plan establecido. Se generan muestras de las piezas publicitarias, que el cliente somete a revisiones parciales para detectar correcciones o ajustes necesarios.

5. Aprobación y Continuidad del Proceso: Si las muestras cumplen con los estándares de calidad y se alinean con el plan establecido, se procede con la producción completa de las piezas publicitarias.

6. Despacho o Instalación: Una vez finalizada la producción, las piezas publicitarias son despachadas e instaladas según las necesidades y requerimientos específicos del cliente, asegurando su ubicación en los sitios designados para maximizar su visibilidad.

7. Pago y Satisfacción del Cliente: Una vez que ambas partes están satisfechas con el resultado final, se procede al pago por los servicios prestados, cerrando así el ciclo de producción.

8. Análisis de Impacto y Retroalimentación: Por último, el cliente realiza un análisis del impacto de la campaña, revisando los datos disponibles para evaluar su efectividad. Esta retroalimentación permite tomar decisiones informadas para futuras estrategias publicitarias.

Mediante un proceso estructurado y meticuloso, se garantiza una ejecución eficiente y exitosa de las campañas de publicidad exterior visual, maximizando su impacto y retorno de inversión para el cliente.

Comité de Estructuración y Evaluación Contractual,

Adriana Cecilia Larrea Arango

Carolina Pabón Gómez

Técnico

Logístico

Elmer Muñoz Salazar
Abogado

Centro Administrativo Distrital – CAD – Calle 44 No. 52 – 165
Línea Única de Atención a la Ciudadanía (604) 44 44 144
www.medellin.gov.co
Medellín - Colombia