DIFUSION DE MEDIOS

CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS DE AMPLIA CIRCULACIÓN LOCAL PARA DAR A CONOCER LA OFERTA INSTITUCIONAL Y AVANCES DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DISTRISEGURIDAD

ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

SEPTIEMBRE 2024

INDICE

1. INTRODUCCIÓN 5
2. ASPECTOS GENERALES 6
3. MARCO CONCEPTUAL 8
4. MERCADO NACIONAL Y REGIONAL ..... **¡Error! Marcador no definido.**
5. ASPECTOS ECONÓMICOS GENERALES 9
6. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO 16
7. ESTUDIO DE LA OFERTA 19
8. ESTUDIO DE LA DEMANDA 24
9. DEMANDA A SATISFACER 1
10. ESTUDIO DE MERCADO 2
11. INDICADORES FINANCIEROS 4
12. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS 5
13. PERSPECTIVAS DEL SECTOR (CP, MP Y LP) 7
14. MARCO LEGAL Y NORMATIVO 8
15. METAS SOCIALES 9
16. CONCLUSIONES 12

Gráfica 1 Comportamiento histórico del gasto mensual y anual del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes 16

Gráfica 2 Comportamiento histórico de la cantidad de contratos mensual y anual del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes 16

Gráfica 3 Comportamiento Gasto Anual Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes en Cartagena, Bolívar 18

Gráfica 4 Comportamiento Gasto Mensual Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes en Cartagena, Bolívar 18

Gráfica 5 Comportamiento del Gasto Anual del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes a nivel nacional en el Análisis de la Oferta 19

Gráfica 6 Comportamiento del Gasto Mensual del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes a nivel nacional en el Análisis de la Oferta 20

Gráfica 7 Comportamiento de la cantidad de contratos del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes a nivel nacional en el Análisis de la Oferta 20

Gráfica 8 Comportamiento del Gasto Mensual y Anual del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes a nivel territorial en el Análisis de la Oferta 21

Gráfica 9 Comportamiento de la cantidad de contratos del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes a nivel territorial en el Análisis de la Oferta 22

Gráfica 10 Comportamiento contratacion a nivel nacional de Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes 24

Tabla 1 Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios 13

Tabla 2 Variación anual de personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios 14

Tabla 3 Variación anual de los salarios y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios 15

Tabla 4 Especificaciones y Condiciones Tecnicas¡Error! Marcador no definido.

Tabla 5 Detalle de comportamiento del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes 17

Tabla 6 Proveedores con mayor numero de contratos suscritos a nivel nacional en el Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes 21

Tabla 7 Proveedores con mayor numero de contratos suscritos a nivel territorial en el Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes.....22

Tabla 8 Comportamiento contratacion a nivel territorial de Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes.....24

Tabla 9 Actividades .....**¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 10 Marco Legal.....8

Tabla 11 Indicadores de resultado.....10

Imagen 1 Características Comunicación Pública 7

Imagen 2 Clasificacion Industrial Internacional Uniforme del proceso de contratación.....10

Imagen 3 Clasificador de Bienes y Servicios.....11

1. INTRODUCCIÓN

A través del presente documento se pretende desarrollar un análisis económico del sector de servicios de difusión en medios de comunicación, fundamentado en los aspectos generales que rigen el comportamiento del mismo.

Se busca de evidenciar y justificar la conveniencia de adelantar un proceso de contratación a través del cual se atiendan las necesidades de Distriseguridad en materia de comunicación adecuada, ágil y efectiva de la oferta institucional y de los avances de sus principales programas y proyectos. Lo anterior también, en cumplimiento de sus fines misionales y con la intención de garantizar la efectiva prestación del servicio público de la entidad.

Adicional se va a revisar el desarrollo del sector teniendo en cuenta la dinámica, las necesidades para la intervención de este proceso. Se analizara el gasto histórico, se estudiara la oferta, la demanda, los aspectos técnicos, las perspectivas a corto, mediano y largo plazo, el marco legal, entre otros, con el fin de concluir la importancia de la inversión en este proyecto.

2. ASPECTOS GENERALES

"Los medios de comunicación públicos son los que permiten que todos los ciudadanos tengan acceso a información relevante a través a los medios de comunicación del Estado, en los cuáles pueden encontrar contenidos de alta calidad sin importar su capacidad adquisitiva.
Los medios públicos son medios de comunicación sin intereses comerciales a los que se les entrega la responsabilidad de llegar a todo el país con el compromiso de la mayor calidad posible en sus contenidos, bien sean educativos, informativos o de entretenimiento." (RTVC, 2022)

"La comunicación efectiva se caracteriza por estar en lenguaje claro, sencillo, puntual, directo y contundente. Es básicamente desaprender que la mejor manera de comunicar es a través de discursos recargados y con exceso de tecnicismos y, por el contrario, hablar con sencillez sin perder el nivel de profundidad de los temas. (González, 2015).
En Colombia la comunicación y el uso del lenguaje claro se ha impulsado desde la Política Nacional de Servicio al Ciudadano, al incluir la Estrategia Lenguaje Claro entre sus componentes. A partir del Modelo de Gestión Pública Eficiente se ha definido que el lenguaje claro es un estilo de comunicación que organiza y diseña la información pública, para que los ciudadanos puedan encontrar, comprender y acceder efectivamente a la oferta de las entidades" (Departamento Nacional de Planeación, 2021)

Según el DNP, la Estrategia Lenguaje Claro se entiende como un conjunto integral de prácticas e intervenciones que se promueven para que la comunicación del Estado con el ciudadano sea clara, práctica y sencilla y cuenta con cinco componentes:

- **Conceptual:** Enfocado en la definición y estructuración de la estrategia, a partir de la construcción de la Guía de Lenguaje Claro para funcionarios públicos que reúne diez recomendaciones para la interlocución con el ciudadano.
- **Pedagógico:** Enfocado en la mejora de capacidades de los funcionarios públicos, a partir de la asistencia técnica y el acompañamiento.
- **Simplicidad:** Materializada en la conformación de Laboratorios de Simplicidad y enfocada en intervenir documentos y formatos complejos para convertirlos en simples.
- **Validación:** La simplificación de un formato, documento o comunicación puede disminuir los recursos de apelación.
- **Difusión:** a partir de la creación de la Red de Lenguaje Claro, conformada por el DNP, el Instituto Caro y Cuervo, la Universidad de Los Andes y la Universidad EAFIT se impulsa la adopción del lenguaje claro para facilitar la eficiencia del Estado y la comprensión del ciudadano de los documentos y la información disponible.

"Para que un Estado moderno se comunique con la ciudadanía debe usar todos los canales disponibles para informar. Además, se debe mantener una consistencia con la misionalidad de la entidad y articular de la mejor manera los mensajes que se quieran dar." (Urna de Cristal, 2020)

Vale la pena recalcar como en la última década se ha presentado una transformación de los medios tradicionales de comunicación (radio, televisión y prensa) y han migrado hacia los medios modernos (redes sociales y YouTube), para dar mayor alcance y amplitud a los mensajes del gobierno.
Para la comunicación pública el uso de recursos audiovisuales ha permitido comunicar información relevante de manera más clara e inmediata.

Características comunicación pública

- La **comunicación unificada**
- La articulación entre entidades
- El uso de mejores tecnologías para la comunicación y de herramientas de fácil acceso
- El lenguaje claro
- El Estado debe comunicar pensando en el ciudadano y la forma como va a percibir las acciones adelantadas e implementadas tras una decisión publica tomada.

Imagen 1 Características Comunicación Pública

Fuente Hauda, elaboración propia.

3. MARCO CONCEPTUAL

“

3.1. COMUNICACIÓN EXTERNA

Se refiere al conjunto de acciones informativas que una empresa o entidad dirige para reforzar las relaciones con diferentes públicos, ya sea sobre la propia compañía o sus productos o servicios.

3.2. COMUNICACIÓN INTERNA

Es un segmento de la comunicación integrada que enfoca sus acciones en los colaboradores de una empresa o entidad. Sus objetivos esenciales son la transmisión y distribución de información relevante y estratégica en un ambiente corporativo.

3.3. COMUNICACIÓN PÚBLICA

Es la planificación estratégica y operativa de las interacciones entre la ciudadanía y una entidad pública, con el objetivo de mantener informado a colaboradores, entidades y ciudadanía. Es la comunicación que se lleva a cabo entre entidades públicas, estado y ciudadanía.

3.4. COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL

Se enmarca en la comunicación política y hace referencia a las actitudes, procesos y ejercicio que determinan la agenda de gestión de las instituciones. Se centra en la gestión y administración pública. El objetivo de este tipo de comunicación es generar consenso para poder realizar una gestión exitosa. Esta comunicación es estratégica en el ejercicio de la administración y gestión pública. Produce y difunde mensajes e información de interés público fortaleciendo la relación entre mandatarios y ciudadanía. Tiene la responsabilidad de asegurar que la opinión pública y la sociedad conozcan las decisiones que se toman desde la institución. (HAUDA COMUNICACIÓN).

3.5. ACTIVISMO DIGITAL

Según MINTIC, es el ejercicio de la ciudadanía y del compromiso social mediante la participación en redes sociales de personas naturales o jurídicas creando dinámicas de información, sensibilización, educación y movilización social usando la web.

3.6. MOVILIZACIÓN CIUDADANA DIGITAL

Consiste en el proceso de construcción de toda una red de actores políticos interesados en desarrollar acciones en favor de los planes y programas de gobierno, a fin de ser cogestores y creadores de nuevas posturas que le aporten a las propuestas presentadas por el mandatario en su plan de gobierno y defiendan asertivamente las iniciativas que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.

4. ASPECTOS ECONÓMICOS GENERALES

Teniendo en cuenta la "Guía de elaboración de Estudios del Sector" de la Agencia Nacional de Contratación Pública (Agencia Nacional de Contratacion Publica, 2022) se desarrollan los siguientes puntos con el fin de desarrollar un análisis más profundo a las estadísticas del sector:

- Aspectos Generales del Sector, en esta fase del documento se desarrollan los aspectos generales del sector.
- Comportamiento del Gasto Histórico en procesos iguales o similares en el tiempo.
- Estudio de la oferta según bases de datos.
- Estudio de la demanda según bases de datos.
- Estudio de mercado.
- Indicadores Financieros.
- Histórico de Sector (Otros Datos)

En cuanto a los Aspectos Generales tenemos la siguiente información:

4.1. ASPECTOS ECONÓMICOS

La actividad económica está dividida en sectores económicos. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo con los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos.

La economía clásica establece que son tres los grandes sectores de la economía:

- Sector primario o sector agropecuario.
- Sector secundario o sector Industrial.
- Sector terciario o sector de servicios.

El presente estudio se ubica dentro del sector terciario o de servicios el cual relaciona actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales.

Entre los subsectores se encuentran: comercio, turismo, administración pública, finanzas, consultoría e interventoría, entre otros más.

Pese a que la teoría económica define estos grandes sectores de la economía, existen diferentes especialidades que llevan a establecer aún más sectores análogos a los ya mencionados y dan una aproximación mayor al mercado en su totalidad. De esta forma se determinan los siguientes sectores:

- Sector agropecuario
- Sector de servicios
- Sector industrial

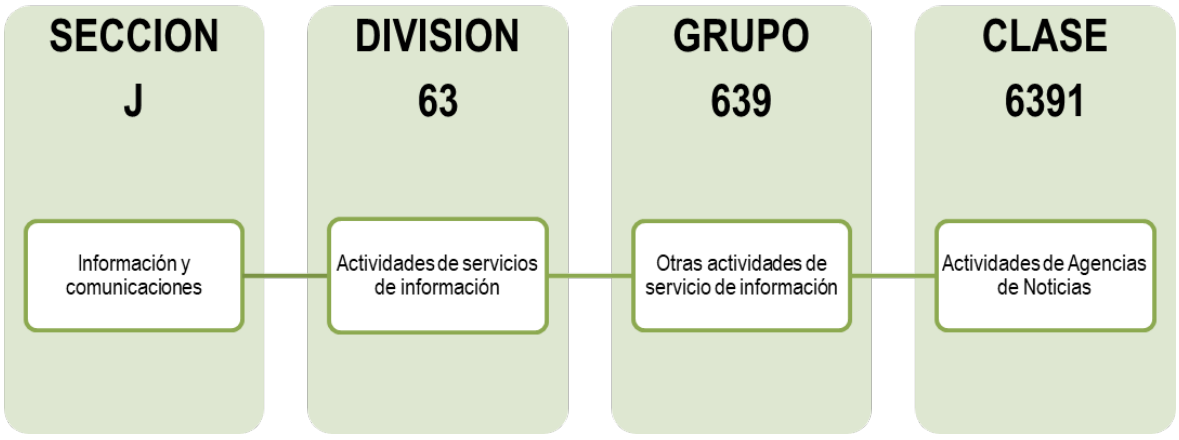
- Sector de transporte
- Sector de comercio
- Sector financiero
- Sector de la construcción
- Sector minero y energético
- Sector solidario
- Sector de comunicaciones

Para este caso en particular, se trata del sector de comunicaciones que abarca los servicios editoriales, de diseño, de artes graficas y bellas artes.

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) es la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas, cuyo objetivo principal es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que puedan utilizarse para la recopilación y la presentación de informes estadísticos de conformidad con dichas actividades.

De acuerdo con la Clasificación CIIU Rev. 4 A.C. adaptada para Colombia, el objeto del presente estudio se encuentra clasificado de acuerdo a lo relacionado a continuación:

Imagen 2 Clasificacion Industrial Internacional Uniforme del proceso de contratación



Fuente: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades economicas Revisión 4 adaptada para Colombia. Elaboración propia

Esta división incluye las actividades de portales de búsqueda en la web, procesamiento de datos y actividades de alojamiento (alojamiento web), así como otras actividades dirigidas principalmente al suministro de oferta de información. El grupo 639 comprende las actividades de agencias de noticias y todas las demás actividades de servicios de información

Esta clase incluye:

- Las actividades de consorcios y agencias de noticias o de distribución periodística que tienen que ver con el suministro de artículos de noticias y de periódicos que recopilan, redactan y proporcionan material noticiario, fotográfico y periodístico a los medios de comunicación, al igual que servicios de noticias a periódicos, revistas y estaciones de radio y televisión.

Esta clase excluye:

- Las actividades de fotógrafos de prensa independientes. Se incluyen en la clase 7420 «Actividades de fotografía».
- Las actividades de los periodistas independientes. Se incluyen en la clase 9001 «Creación literaria».

Asi las cosas, el objeto del presente analisis se encuentra ubicado dentro de esta clasificacion, puesto que se trata de actividades de difusion en medios de comunicación de circulación local con la finalidad de dar a conocer la oferta institucional y avances de programas y proyectos adelantados por la entidad.

Igualmente, para el presente analisis tambien se hace necesario identificar la actividad economica principal de conformidad con el Clasificador de Bienes y Servicios, tal como se describe a continuación:

Imagen 3 Clasificador de Bienes y Servicios

Las variables macroeconómicas describen como es el comportamiento de la actividad económica de un país, y a partir de su análisis se puede evidenciar los cambios o evoluciones dentro de la economía en general y su incidencia en los diferentes sectores.

Una vez identificado el sector donde se ubica el objeto del presente análisis, se procede a adelantar una revisión de aspectos generales que resulten relevantes dentro del sector, tomando en cuenta fuentes de información oficial tal como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. De acuerdo con lo anteriormente descrito, se adelantó la consulta en la Encuesta Mensual de Servicios (EMS), que resulta ser una operación estadistica por medio de la cual el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, obtiene la informacion de las principales variables del sector de servicios, que permitan analizar su evolucion en el corto plazo.

De acuerdo al Boletín Técnico de la EMS, en Junio de 2024 trece de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con junio de 2023, tal como se evidencia en la siguiente tabla:

Tabla 1 Variación anual de los ingresos y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios

Junio 2024P / junio 2023

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Ingresos nominales	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías	Otros Ingresos
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	7,2	6,7	0,0	0,6
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	3,9	4,4	0,0	-0,4
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	6,9	7,0	-0,1	0,0
J	Divsión 58	Actividades de edición	-14,7	-11,2	-0,1	-3,4
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	44,3	30,5	17,3	-3,6
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	5,1	6,5	0,0	-1,5
J	División 61	Telecomunicaciones	-3,2	0,2	-3,6	0,2
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	-6,2	-6,1	0,6	-0,6
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	3,9	2,8	1,1	0,1
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-6,8	-6,7	0,0	-0,1
M	Clase 7310	Publicidad	7,4	7,4	-0,1	0,0
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	3,9	3,9	-0,1	0,1
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-1,7	-1,8	0,0	0,0
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	8,0	7,4	0,0	0,6
P	Grupo 854	Educación superior privada	8,4	9,5	0,1	-1,1
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	5,3	5,2	0,0	0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	5,7	3,8	1,9	-0,1
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	9,8	5,7	0,9	3,2

Fuente: DANE. Encuesta Mensual de Servicios

De acuerdo con la información presentada, es posible afirmar que la división en la que se ubica el objeto del presente proceso, presentó una variación equivalente a -6,2%, lo que da cuenta de una fluctuación negativa de la misma.

En cuanto al personal ocupado total y la contribución por su tipo de contratación se tiene que en junio de 2024, cinco de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en el personal ocupado total, en comparación con junio de 2023, tal como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 2 Variación anual de personal ocupado total y contribución por tipo de contratación, según subsector de servicios

Junio 2024ᵖ / junio 2023

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado total*	Permanente	Temporal directo	Agencias	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)			
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	0,4	-1,3	2,8	-1,1	--
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	-5,5	-1,3	-0,7	-3,5	--
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	0,4	0,7	0,4	-0,7	--
J	División 58	Actividades de edición	-6,6	-6,4	0,5	-0,7	--
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	2,2	-1,3	1,7	1,8	--
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	-1,5	-1,8	-1,4	1,8	--
J	División 61	Telecomunicaciones	-7,1	-2,2	-4,5	-0,5	--
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	-0,2	1,2	-1,2	-0,3	--
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	3,4	-0,3	3,0	0,7	--
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	-6,4	-3,3	-2,6	-0,5	--
M	Clase 7310	Publicidad	2,8	1,8	1,0	0,0	--
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	-7,0	0,4	-1,4	0,4	-6,4
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	-9,9	-7,0	-2,6	-0,2	--
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	-1,5	-0,3	-0,1	-1,1	--
P	Grupo 854	Educación superior privada	-3,4	-1,2	-2,6	0,6	-0,1
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	-0,3	1,3	0,1	-1,6	--
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	-1,7	-0,1	-1,2	-0,3	--
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	-2,1	-1,5	-0,3	-0,3	--

Fuente: DANE. Encuesta Mensual de Servicios

Respecto a lo referente a salarios y contribución por tipo de contratación, se obtuvo que, en junio de 2024, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los salarios, en comparación con junio de 2023:

Tabla 3 Variación anual de los salarios y contribución por categoría de contratación, según subsector de servicios

Junio 2024P / junio 2023

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C.			Personal ocupado sin agencias*	Permanente	Temporal directo	Misión** Hora cátedra***
Sección	División	Descripción	Variación (%)	Contribución (PP)		
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	11,2	5,8	5,4	--
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	3,2	1,3	1,9	--
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	10,5	6,3	4,2	--
J	División 58	Actividades de edición	6,9	5,7	1,2	--
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	16,5	10,7	5,9	--
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión, agencias de noticias	8,9	7,3	1,6	--
J	División 61	Telecomunicaciones	6,8	8,3	-1,6	--
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	8,2	8,3	-0,1	--
LN	Sección L. División 68 Sección N. Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipo	6,9	3,9	3,0	--
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	9,9	6,7	3,1	--
M	Clase 7310	Publicidad	15,3	8,5	6,8	--
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	16,0	3,7	7,7	4,6
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	8,7	7,0	1,7	--
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	13,8	8,7	5,1	--
P	Grupo 854	Educación superior privada	9,9	4,2	4,8	0,9
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	7,2	6,8	0,5	--
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	9,5	8,6	0,9	--
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de entretenimiento y otros servicios	8,3	5,1	3,2	--

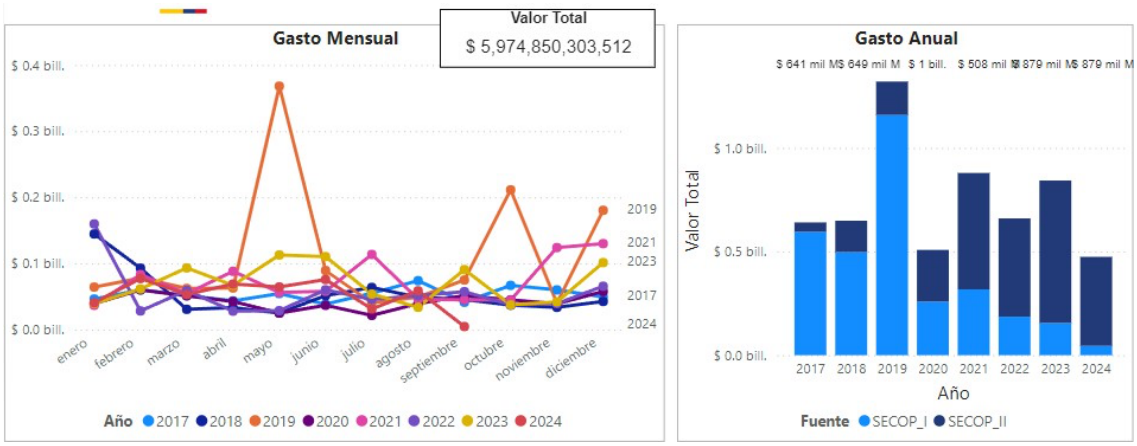
Fuente: DANE. Encuesta Mensual de Servicios

5. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

5.1. NIVEL NACIONAL

Para el análisis del gasto histórico se toman los datos comprendidos entre la vigencia 2017 y 2023.

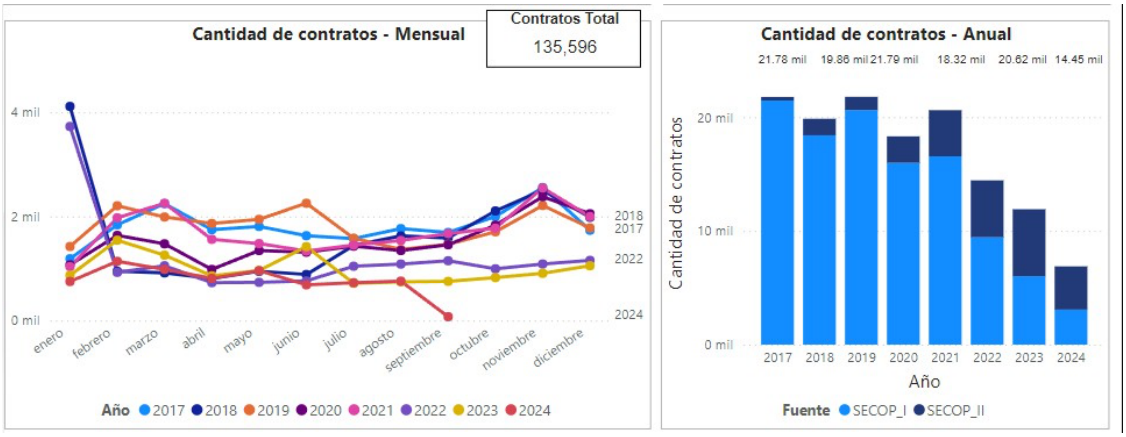
Gráfica 1 Comportamiento histórico del gasto mensual y anual del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes



Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

Es posible observar que el segmento estudiado tuvo un mayor nivel de gasto en la vigencia 2019, presentando una cifra superior a un billón de pesos, con una mayor concentración en procesos de contratación adelantados a través de SECOP I.

Gráfica 2 Comportamiento histórico de la cantidad de contratos mensual y anual del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes



Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

La cantidad de contratos guarda un patrón de comportamiento similar al del gasto mensual y anual en el mismo periodo de tiempo, entendiendo que la suscripción de contratos va ligado a la disposición de recursos para los mismos.

Tabla 4 Detalle de comportamiento del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes

Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2017			2018			2019			
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Cont
8210 - Publicidad	11366	$ 364,510,455,939	6.10%	10827	$ 379,253,344,264	6.35%	10481	$ 442,035,029,514	7.40%	
821016 - Publicidad difundida	5789	$ 125,940,270,283	2.11%	5689	$ 186,900,614,215	3.13%	5584	$ 177,060,717,067	2.96%	
821015 - Publicidad impresa	3701	$ 104,835,774,522	1.75%	3348	$ 90,344,988,428	1.51%	3291	$ 112,306,742,411	1.88%	
821018 - Servicios de agencia de publicidad	1154	$ 104,854,360,147	1.75%	1011	$ 75,338,220,273	1.26%	1038	$ 106,992,191,482	1.79%	
821019 - Colocación y cumplimiento de medios	693	$ 28,027,225,222	0.47%	715	$ 26,253,548,686	0.44%	541	$ 45,276,646,214	0.76%	
821017 - Publicidad aérea	29	$ 852,825,765	0.01%	64	$ 415,972,662	0.01%	27	$ 398,732,340	0.01%	
8212 - Servicios de reproducción	4748	$ 156,674,096,560	2.62%	3820	$ 152,154,127,542	2.55%	4719	$ 335,961,638,240	5.62%	
8215 - Artistas e intérpretes profesionales	2583	$ 58,352,472,653	0.98%	2335	$ 50,049,312,764	0.84%	3582	$ 451,087,489,630	7.55%	
8211 - Escritura y traducciones	1183	$ 25,831,321,388	0.43%	1047	$ 27,899,064,909	0.47%	1087	$ 36,976,214,702	0.62%	
8214 - Diseño gráfico	1289	$ 24,427,261,277	0.41%	1274	$ 25,556,470,733	0.43%	1400	$ 43,320,294,842	0.73%	
8213 - Servicios fotográficos	610	$ 10,800,664,875	0.18%	558	$ 13,934,452,325	0.23%	521	$ 11,035,957,707	0.18%	
Total	21779	$ 640,596,272,692	10.72%	19861	$ 648,846,772,537	10.86%	21790	$ 1,320,416,624,635	22.10%	

Año	2020		2021			2022			
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	
8210 - Publicidad	$ 270,475,318,719	4.53%	10779	$ 504,061,256,952	8.44%	8104	$ 316,480,150,157	5.30%	7116	$ 490,
821016 - Publicidad difundida	$ 99,155,954,088	1.66%	6322	$ 154,165,211,030	2.58%	4562	$ 110,497,794,479	1.85%	4017	$ 177,
821015 - Publicidad impresa	$ 85,264,452,750	1.43%	2758	$ 134,852,334,740	2.26%	2278	$ 111,651,093,507	1.87%	1812	$ 117,
821018 - Servicios de agencia de publicidad	$ 49,679,579,938	0.83%	1051	$ 145,315,371,164	2.43%	842	$ 72,002,356,725	1.21%	1035	$ 118,
821019 - Colocación y cumplimiento de medios	$ 35,708,500,280	0.60%	604	$ 68,661,817,789	1.15%	405	$ 22,041,985,721	0.37%	236	$ 75,
821017 - Publicidad aérea	$ 666,831,663	0.01%	44	$ 1,066,522,229	0.02%	17	$ 286,919,725	0.00%	16	$ 1,
8212 - Servicios de reproducción	$ 136,586,916,987	2.29%	4397	$ 229,577,171,338	3.84%	2292	$ 170,365,063,089	2.85%	1208	$ 160,
8215 - Artistas e intérpretes profesionales	$ 40,464,026,806	0.68%	1987	$ 56,698,802,182	0.95%	1542	$ 76,270,023,779	1.28%	1442	$ 90,
8211 - Escritura y traducciones	$ 25,092,602,364	0.42%	1450	$ 34,686,995,548	0.58%	1106	$ 44,740,671,906	0.75%	965	$ 59,
8214 - Diseño gráfico	$ 23,342,426,017	0.39%	1482	$ 38,668,370,240	0.65%	990	$ 36,799,394,798	0.62%	796	$ 25,
8213 - Servicios fotográficos	$ 12,163,094,727	0.20%	521	$ 15,655,361,901	0.26%	411	$ 15,420,481,305	0.26%	380	$ 16,
Total	$ 508,124,385,620	8.50%	20616	$ 879,347,958,161	14.72%	14445	$ 660,075,785,034	11.05%	11907	$ 842,

Año	?	2023			2024			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	ación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8210 - Publicidad	%	7116	$ 490,640,650,480	8.21%	3889	$ 218,564,309,010	3.66%	71850	$ 2,986,020,515,035	49.98%
821016 - Publicidad difundida	%	4017	$ 177,063,271,917	2.96%	2248	$ 71,606,173,544	1.20%	39810	$ 1,102,390,006,623	18.45%
821015 - Publicidad impresa	%	1812	$ 117,725,947,064	1.97%	914	$ 84,188,835,764	1.41%	20239	$ 841,170,169,186	14.08%
821018 - Servicios de agencia de publicidad	%	1035	$ 118,865,665,367	1.99%	546	$ 42,393,806,457	0.71%	7576	$ 715,441,551,553	11.97%
821019 - Colocación y cumplimiento de medios	%	236	$ 75,709,599,129	1.27%	177	$ 19,957,419,911	0.33%	4003	$ 321,636,742,952	5.38%
821017 - Publicidad aérea	%	16	$ 1,276,167,003	0.02%	4	$ 418,073,334	0.01%	222	$ 5,382,044,721	0.09%
8212 - Servicios de reproducción	%	1208	$ 160,947,658,178	2.69%	703	$ 81,598,032,405	1.37%	26485	$ 1,423,864,704,339	23.83%
8215 - Artistas e intérpretes profesionales	%	1442	$ 90,323,154,293	1.51%	1003	$ 96,769,258,344	1.62%	16066	$ 920,014,540,451	15.40%
8211 - Escritura y traducciones	%	965	$ 59,215,960,056	0.99%	536	$ 45,137,718,032	0.76%	8414	$ 299,580,548,905	5.01%
8214 - Diseño gráfico	%	796	$ 25,428,670,597	0.43%	523	$ 18,371,627,210	0.31%	9049	$ 235,914,515,714	3.95%
8213 - Servicios fotográficos	%	380	$ 16,301,343,510	0.27%	229	$ 14,144,122,718	0.24%	3732	$ 109,455,479,068	1.83%
Total	%	11907	$ 842,857,437,114	14.11%	6883	$ 474,585,067,719	7.94%	135596	$ 5,974,850,303,512	100.00%

Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

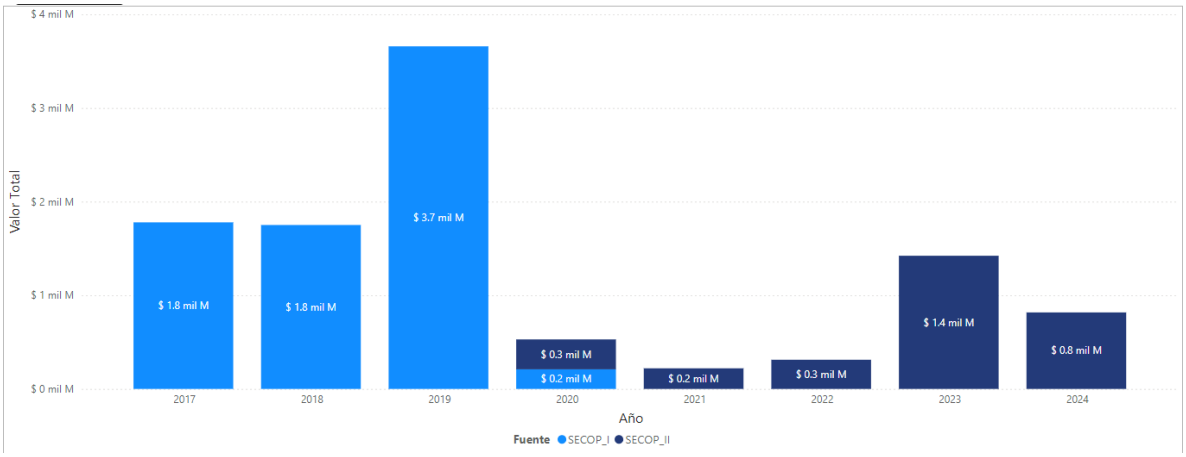
La anterior tabla muestra el detalle del comportamiento del segmento objeto de estudio, en las vigencias desde 2017 a 2023 y se puede evidenciar una tendencia creciente en cuanto a la participación porcentual se refiere.

5.2. NIVEL TERRITORIAL

La evolución del Gasto Anual en el segmento de Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes en Bolívar, específicamente a nivel de Cartagena

muestra una tendencia hacia la baja en comparación con vigencias anteriores tales como 2019, en la que superó los 3,7 billones de pesos.

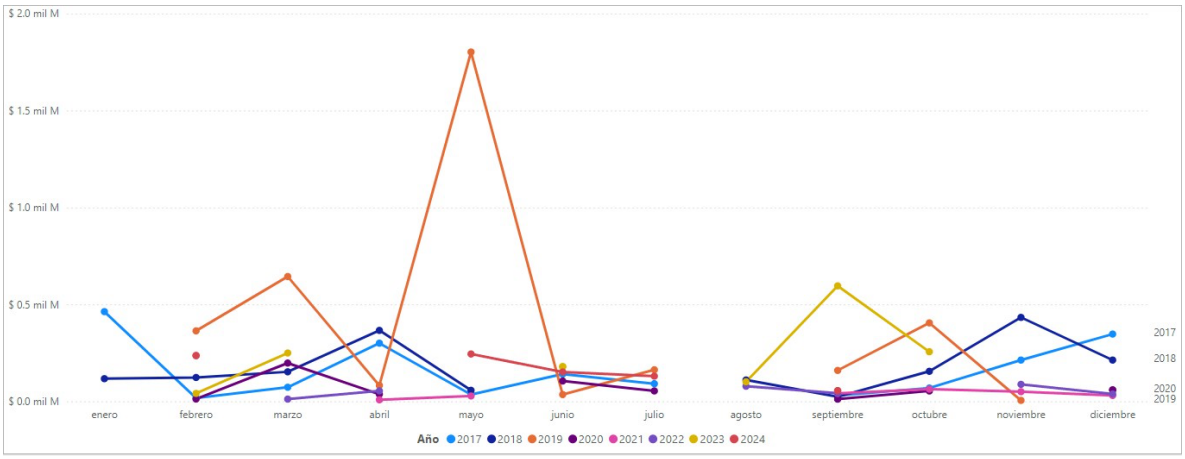
Gráfica 3 Comportamiento Gasto Anual Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes en Cartagena, Bolívar



Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

Y este comportamiento guarda estrecha relación con el gasto mensual para el mismo segmento, mostrando igualmente un aumento en el gasto para la misma vigencia, específicamente para el mes de mayo.

Gráfica 4 Comportamiento Gasto Mensual Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes en Cartagena, Bolívar



Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

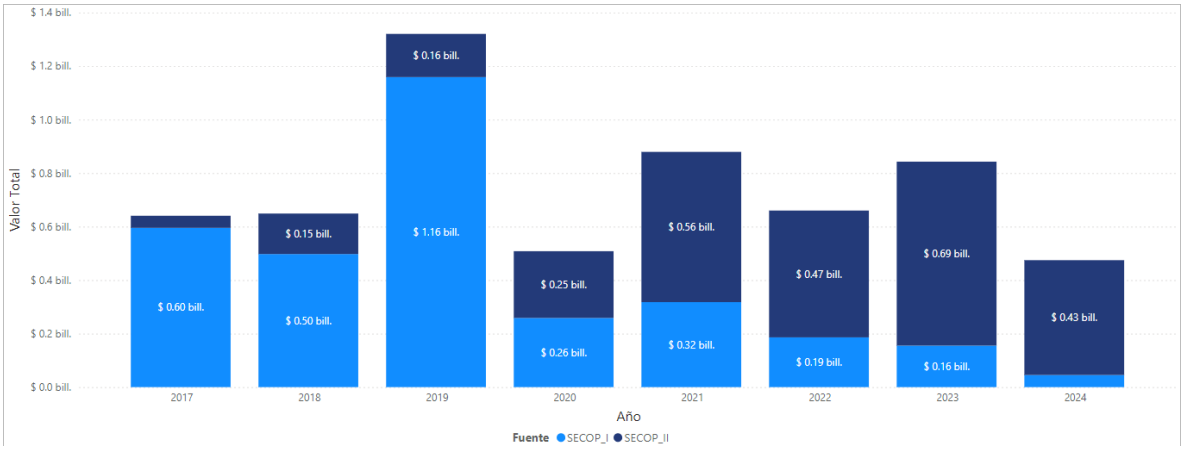
6. ESTUDIO DE LA OFERTA

El análisis de la oferta en el mercado se adelanta con el objetivo de estudiar el comportamiento de los oferentes y agentes de mercado en las vigencias anteriores para evidenciar tendencias y dinámicas dadas por las características propias del sector.

6.1. NIVEL NACIONAL

El gasto anual a nivel nacional para las últimas cuatro vigencias anteriores ha mantenido un patrón que oscila valores inferiores a 1 billón de pesos.

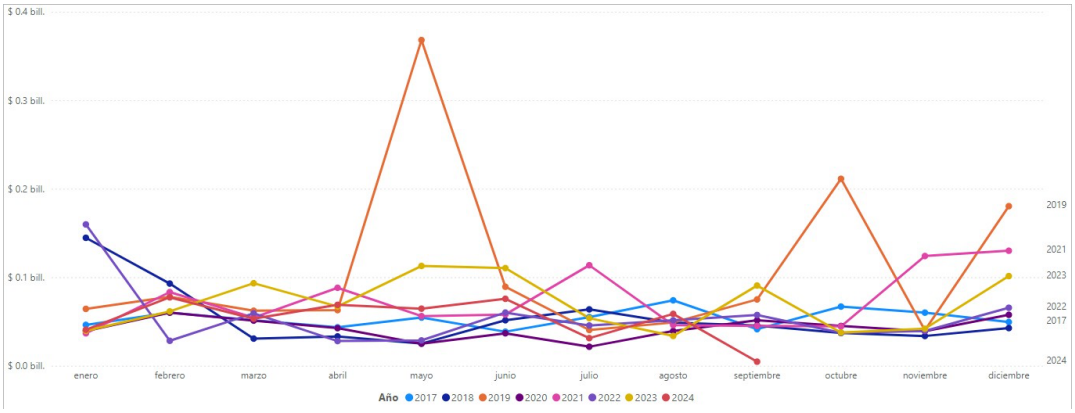
Gráfica 5 Comportamiento del Gasto Anual del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes a nivel nacional en el Análisis de la Oferta



Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

Igualmente, es posible evidenciar en el gasto mensual el mismo patron de comportamiento, presentandose fluctuaciones que se entienden por la atencion de los requerimientos y/o necesidades de las entidades estatales en el pais. Se muestra una variación importante en los meses de Mayo y Octubre de 2019 y para las demas vigencias se mantiene una tendencia cercana entre cada uno de los meses.

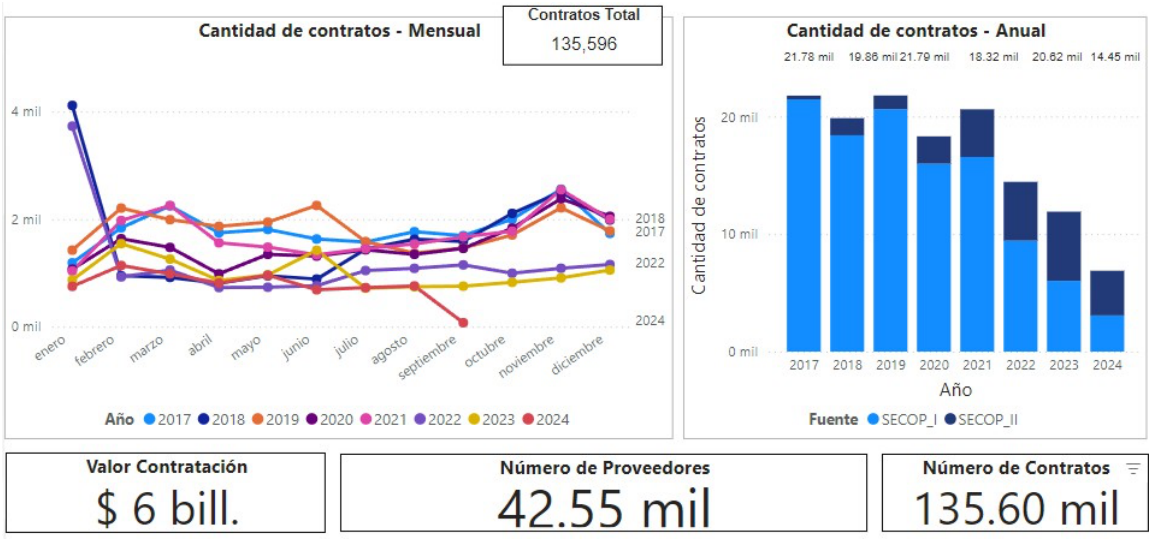
Gráfica 6 Comportamiento del Gasto Mensual del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes a nivel nacional en el Análisis de la Oferta



Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

La cantidad de contratos asciende a 135.596 para un total de mas de 42 mil proveedores. Se presenta la menor cantidad en la vigencia 2023 y la mayor participacion a traves de la plataforma SECOP I.

Gráfica 7 Comportamiento de la cantidad de contratos del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes a nivel nacional en el Análisis de la Oferta



Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

Entre los principales proveedores a nivel nacional, según la cantidad de contratos suscritos se encuentran:

Tabla 5 Proveedores con mayor numero de contratos suscritos a nivel nacional en el Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes

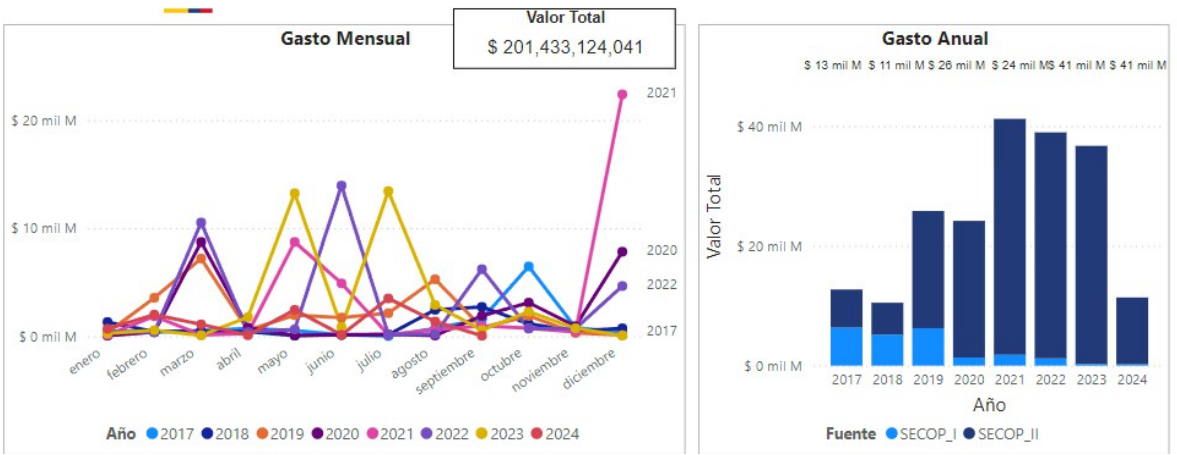
PROVEEDOR	NUMERO DE CONTRATOS
IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA	659
SOLUTION COPY LTDA	171
FENIX MEDIA GROUP	101
BIG MEDIA PUBLICIDAD SAS	106
CARACOL SA	139
RCN RADIO SAS	139
CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA SA	137
CASA EDITORIAL EL TIEMPO SA	116
PERIODICOS Y PUBLICACIONES SAS	103

Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

6.2. NIVEL TERRITORIAL

El gasto anual a nivel territorial para las últimas tres vigencias anteriores ha presentado un comportamiento que no supera los 40mil millones de pesos. A nivel mensual las mayores variaciones se presentaron entre abril y agosto de 2023 y noviembre de 2021.

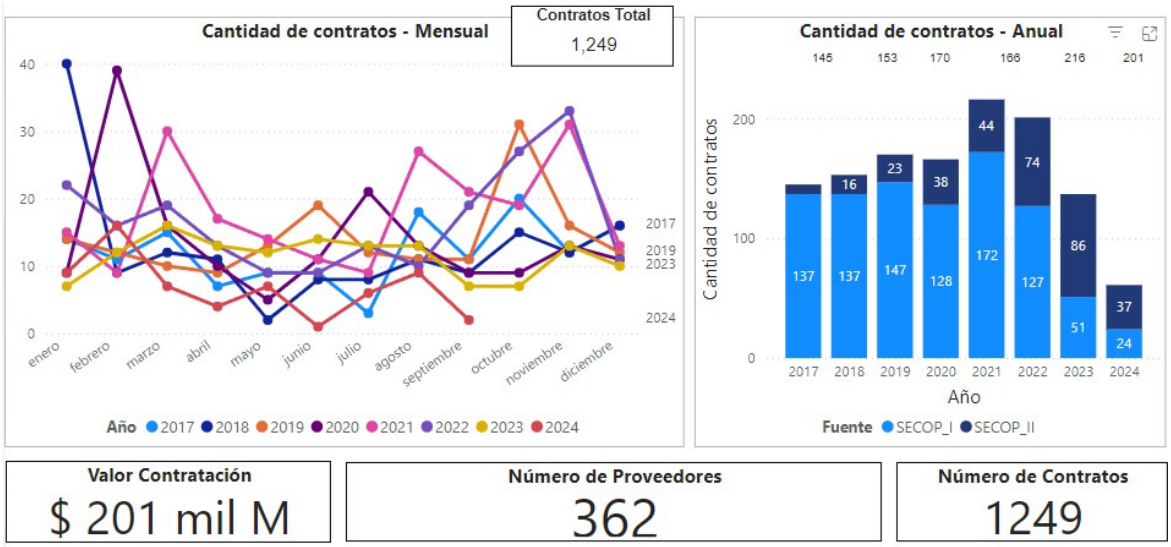
Gráfica 8 Comportamiento del Gasto Mensual y Anual del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes a nivel territorial en el Análisis de la Oferta



Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

La cantidad de contratos total es de 1.249, en los que participaron 362 proveedores. Se presenta la mayor cantidad en la vigencia 2022 y la mayor participacion a traves de la plataforma SECOP I.

Gráfica 9 Comportamiento de la cantidad de contratos del Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes a nivel territorial en el Análisis de la Oferta



Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

Los proveedores con mayor participación en el universo de contratos se relacionan a continuación:

Tabla 6 Proveedores con mayor numero de contratos suscritos a nivel territorial en el Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes

PROVEEDOR	**NUMERO DE CONTRATOS**
COMPANY MEDIA SAS	8
CASA PRODUCTORA LTDA	11
VENEPLAST LTDA	8
CANAL CARTAGENA	12
EDITORA DEL MAR SA	79
JCP IMPRESORES SAS	25
GRUPO TITANIUM DEL CARIBE	17
IMPRIMA SAS	37

CELESTINA HERNANDEZ VIDAL	10
COPY EVENTOS SAS	11
VITAL ARRIETA JOSE ALFREDO	10

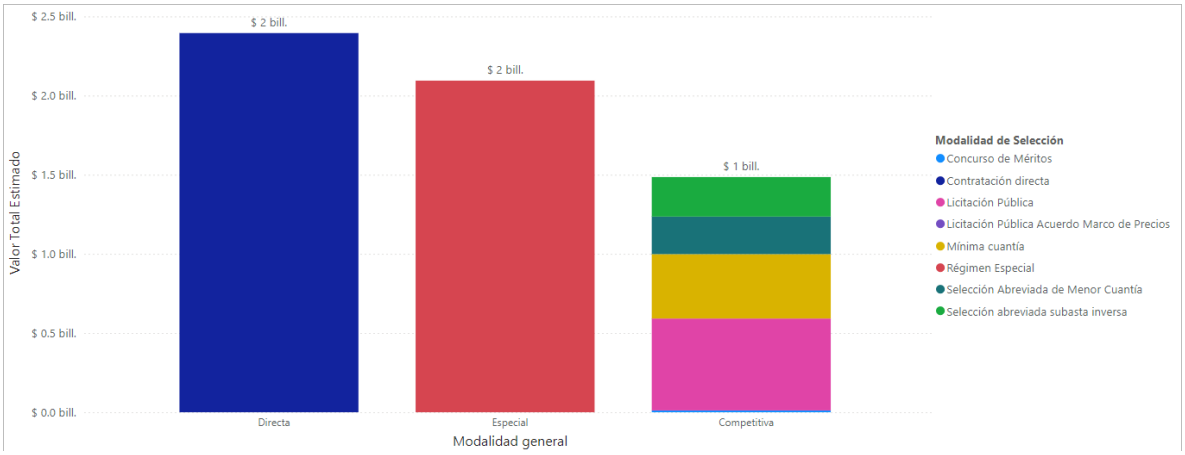
Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

7. ESTUDIO DE LA DEMANDA

7.1. NIVEL NACIONAL

A nivel nacional la celebracion de la contratacion se concentro en Contratacion Directa superando los 5 billones de pesos. Seguido de contratacion a traves de regimen especial por un valor de 2 billones de pesos y finalmente a traves de procesos competitivos tales como Minimas Cuantias, Selecciones Abreviadas de Menor Cuantia, Selecciones Abreviadas de Subastas Inversas y Licitaciones Publicas, como se puede apreciar en la siguiente grafica:

Gráfica 10 Comportamiento contratacion a nivel nacional de Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes

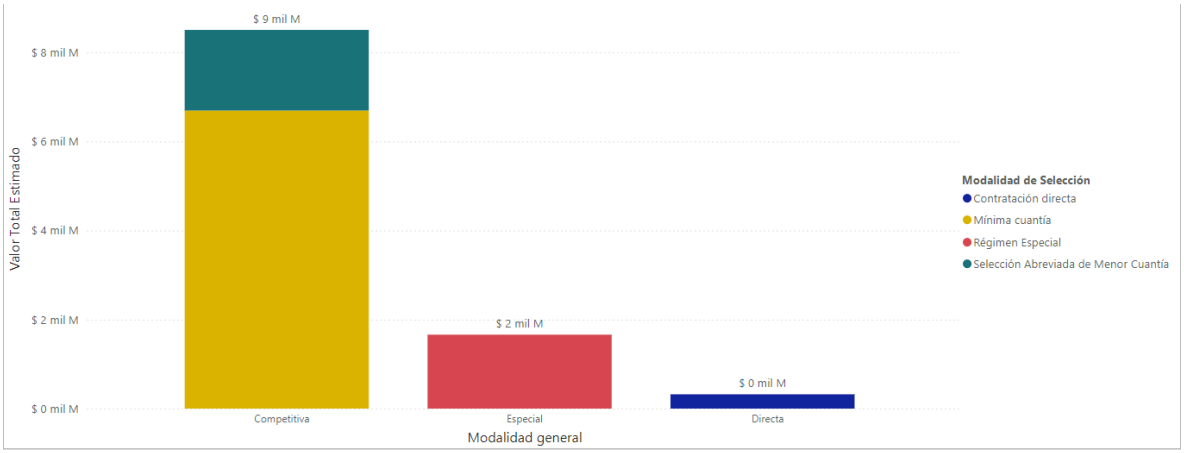


Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

7.2. NIVEL TERRITORIAL

De acuerdo con la informacion consignada en el Modelo de Abastecimiento Estrategico de Colombia Compra Eficiente, es posible observar la evolución y comportamiento de la contratacion para el segmento objeto de estudio obteniendo como resultado que los requerimientos son atendidos principalmente a traves de modalidad de selección competitiva, teniendo la mayor participacion la contratacion a traves de minimas cuantias, superando los 6mil millones de pesos y el valor restante, fue contratado a traves de Selecciones Abreviadas de Menor Cuantia.

Tabla 7 Comportamiento contratacion a nivel territorial de Segmento Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes



Fuente: Colombia Compra Eficiente. MAE

A partir del análisis del sector se establece el contexto para el proceso de contratación, se identifican algunos riesgos, entre otros. En este sentido se procede a consultar el Portal de SECOP II, con el fin de encontrar procesos adelantados que contengan algunos componentes contractuales similares a partir de los cuales se puedan identificar diferencias de precios, especificaciones de productos o servicios, objeto y tipo de contrato:

ENLACE	https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.6577295	https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.6447131	https://www.secop.gov.co/CO1BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?prevCtxLbl=Buscar+procesos&prevCtxUrl=https%3a%2f%2fwww.secop.gov.co%3a443%2fCO1BusinessLine%2fTendering%2fContractNoticeManagement%2fIndex&notice=CO1.NTC.6383479
ENTIDAD	ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE DEPORTES Y RECREACION DEL CAUCA	MUNICIPIO DE PENSILVANIA
MODALIDAD DE CONTRATACION	Minima Cuantia	Minima Cuantia	Minima Cuantia
NUMERO DEL PROCESO	MC-SHD-006-2024	IDDRC-MC-005-2024	MC-048-2024
OBJETO DEL CONTRATO	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE SOCIALIZACIÓN Y DIVULGACIÓN DE BENEFICIOS E INCENTIVOS TRIBUTARIOS DE HASTA EL 90% EN INTERESES Y SANCIONES A CONTRIBUYENTES MOROROS EN EL MARCO DEL ACUERDO 020 DE 2024 DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA DISTRITAL	PRESTAR SERVICIO DE PROMOCION Y DIFUSION EN EL MARCO DEL PROYECTO DENOMINADO FORTALECIMIENTO DEL DEPORTE FORMATIVO Y COMPETITIVO EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA SEGÚN BIPIN 2023003190137	APOYO AL PLAN DE INTERVENCIONES COLECTIVAS - PIC- A TRAVÉS DEL DISEÑO E IMPRESIÓN DE MATERIAL DE APOYO DE EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN EN SALUD PARA DESARROLLAR E IMPLEMENTAR PROGRAMAS, PROYECTOS Y ESTRATEGIAS DE SALUD PÚBLICA EN EL MUNICIPIO DE PENSILVANIA
VALOR	54.350.002 COP	32.300.000 COP	4.403.519 COP
PLAZO	1 (Meses)	159 (Días)	5 (Meses)

FORMA DE PAGO	El Distrito pagará al contratista el valor de los servicios efectivamente prestados de acuerdo al requerimiento del Supervisor; previa presentación de la factura o cuenta de cobro y la certificación de cumplimiento de las obligaciones emanadas del contrato	Actas parciales proporcionales al servicio prestado, las actividades ejecutadas y validadas por el supervisor.	Pagos por avances del suministro entregado oportunamente de acuerdo al servicio efectivamente prestado, previa presentación de la factura o cuenta de cobro y la certificación del supervisor de haber recibido a satisfacción
GARANTIAS	CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO Y EL PAGO DE LAS MULTAS Y LA CLAUSULA PENAL PECUNIARIA: 10% del valor total del contrato por la duración del contrato y seis meses mas CALIDAD DEL SERVICIO CONTRATADO: 10% del valor total del contrato por la duración del contrato y seis meses mas PAGO DE SALARIOS Y SEGURIDAD SOCIAL: 5% del valor total del contrato por la duración del contrato y tres años mas	CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO Y EL PAGO DE LAS MULTAS Y LA CLAUSULA PENAL PECUNIARIA: 20% del valor total del contrato por la duración del contrato y cuatro meses mas PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES LEGALES E INDEMNIZACIONES LABORALES: 10% del valor total del contrato por la duración del contrato y tres años mas RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL: 200 SMMLV por el termino de ejecución del contrato CALIDAD DE LOS BIENES: 20% del valor total del contrato por la duración del contrato y cuatro meses mas	NO APLICA

8. DEMANDA A SATISFACER

ITEM	ACTIVIDADES:	UNID	CANTIDAD
1	2 días de contenido de valor en el home del medio impreso + 100 mil Native ADS en secciones internas + una historia Instagram. Tema: describir esfuerzos de Distriseguridad para mejorar la seguridad en las playas: garitas, carpas de almacenamiento y señalización, movilidad. Se publica en las redes sociales del medio impreso de amplia difusión.	UN	1
2	Una página de contenido en medio impreso. Tema: describir esfuerzos de Distriseguridad para mejorar la seguridad en las playas: garitas, carpas de almacenamiento y señalización, movilidad. Se publica en las redes sociales del medio impreso de amplia difusión.	UN	1
3	Reel en post e historia. Tema: describir esfuerzos de Distriseguridad para mejorar la seguridad en las playas: garitas, carpas de almacenamiento y señalización, movilidad. Se publica en las redes sociales del medio impreso.	UN	1
4	Dos días de contenido de valor en el home de la pag web del medio impreso + 50 mil Native ADS en secciones internas + una historia Instagram. Tema: cámaras de seguridad e instalación de las alarmas comunitarias; la integración de cámaras privadas a comando de la Policía.	UN	1
5	2 días de Contenido de valor en el home del medio impreso + 50 mil Native ADS en secciones internas + una historia Instagram. Tema: Movilidad: 230 motos entregadas a la Policía y los comandos élites del Plan titán más los opresivos con los drones.	UN	1
6	Una portada Falsa en el periódico impreso. Tema sugerido: Tecnología al Servicio de la Seguridad: Cámaras Inteligentes en el Corazón de Cartagena	UN	1
7	Reel en post e historia sobre 230 motos entregadas a la Policía y los comandos élites del Plan titán más los opresivos con los drones. Se publica en las redes del medio impreso de amplia difusión.	MES	1
8	Un millón de impresiones para publicar en formato post e historias en la red social de su preferencia	UN	1

Nota: Las anteriores especificaciones deben ser desarrolladas en el medio impreso relacionado en el formato de oferta económica. En el evento de requerir en la ficha técnica, como material Impreso, material P.O.P. u otros el contratista deberá presentar mínimo tres (3) cotizaciones para aprobación del supervisor.

9. ESTUDIO DE MERCADO

9.1. OBJETO

"Contratar la prestación de servicios de difusión en medios de comunicación escritos de amplia circulación local para dar a conocer la oferta institucional y avances de los programas y proyectos de Distriseguridad"

9.2. JUSTIFICACIÓN

DISTRISEGURIDAD, con el objetivo de socializar ante la comunidad por medio de los canales informativos idóneos las acciones del gobierno y con el propósito de garantizar una activa y eficaz comunicación pública, debe socializar ante la comunidad y en medios de comunicación social, mensajes y campañas oportunas de las actividades y hechos del gobierno, en el contexto de la conmemoración del cumpleaños 491 de la ciudad de Cartagena.

9.3. ALCANCE

Generar contenidos de la campaña publicitaria con que se difundirán los avances en programas y proyectos, cuyo objetivo principal es posicionar a Cartagena positivamente a nivel local y nacional, a través de la cual se evidencie el mejoramiento en convivencia resaltando el orgullo y sentido de pertenencia de sus habitantes, y promueva a Cartagena como el principal centro de comportamiento social y convivencia pacífica, demostrando su vasto potencial en Colombia; a nivel local y nacional en medios de comunicación escritos de amplia circulación local.

Difundir los avances en programas y proyectos en medios de comunicación escritos impresos y digitales de amplia circulación local, con el objetivo de darle a conocer a la ciudadanía de Cartagena las gestiones de Distriseguridad para alcanzar el objetivo principal de la estrategia de comunicaciones.

Presencia en Medios de comunicación escritos Digitales, difusión de los programas y proyectos de Distriseguridad en un medio de comunicación escrito digitales de múltiples visitas y amplia cobertura local y nacional. Avisos con contenidos de los avances en programas y proyectos de la entidad que favorezcan la convivencia ciudadana y la seguridad. Presencia del Logo de Distriseguridad en el home de la página web del medio escrito de amplia difusión local y nacional, (en un banner 300x250 PX), como presencia en sitio web del medio de comunicación escrito digital de amplia cobertura local. (Por el término de 30 días); que lleva un contenido con información de los logros Distriseguridad con relación a los avances en convivencia ciudadana y seguridad (Gestión de Distriseguridad) Contenidos anclados en el home del medio local escrito digital. Notificaciones de contenidos para escritorio.

Storytelling, para la difusión de historias en redes sociales y web del medio de comunicación escrito digital de amplia cobertura local. Un millón de impresiones

para publicar en formato post e historias en la red social con más de 1.000 seguidores.

Presencia en Medios de comunicación escritos impresos: Difusión de los programas y proyectos que evidencian los avances en convivencia ciudadana y seguridad en la ciudad de Cartagena, en medios de comunicación escrito impresos, tradicionales y populares de amplia circulación local en la ciudad. Una portada Falsa en el periódico impreso local con avances en los proyectos de la entidad enfocados a la convivencia pacífica y seguridad ciudadana. Una página de contenido en medio impreso con información de interés relacionado con la gestión de Distriseguridad.

ESTUDIO DE MERCADO

DS	OBJETO			Contratar la prestación de servicios de difusión en medios de comunicación escritos de amplia circulación local para dar a conocer la oferta institucional y avances de los programas y proyectos de Distriseguridad.							
ANEXO #1				MATRIZ DE PRECIOS PROMEDIOS UNITARIOS Y TOTALES IVA INCLUIDO							
DESCRIPCION				NOMBRE EMPRESAS COTIZANTES							
ITEM	SERVICIOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	EL UNIVERSAL		VANGUARDIA		COMPANY MEDIA		TOTAL PRECIOS PROMEDIOS UNITARIOS IVA INCLUIDO	PRECIOS PROMEDIOS TOTALES IVA INCLUIDO
				Valor Unitario Iva NO Incluido	Valor Total	Valor Unitario Iva NO Incluido	Valor Total	Valor Unitario Iva NO Incluido	Valor Total		
1	2 días de contenido de valor en el home del medio impreso + 100 mil Native ADS en secciones internas + una historia Instagram. Tema: describir esfuerzos de Distriseguridad para mejorar la seguridad en las playas: garitas, carpas de almacenamiento y señalización, movilidad. Se publica en las redes sociales del medio impreso de amplia difusión local.	UNIDAD	1	2500000	$ 2.500.000	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.561.099	$ 2.561.099
2	Una página de contenido en medio impreso. Tema: describir esfuerzos de Distriseguridad para mejorar la seguridad en las playas: garitas, carpas de almacenamiento y señalización, movilidad. Se publica en las redes sociales del medio impreso de amplia difusión local.	UNIDAD	1	5794117	$ 5.794.117	$ 6.755.515	$ 6.755.515	$ 6.755.515	$ 6.755.515	$ 6.435.049	$ 6.435.049
3	Reel en post e historia. Tema: describir esfuerzos de Distriseguridad para mejorar la seguridad en las playas: garitas, carpas de almacenamiento y señalización, movilidad. Se publica en las redes sociales del medio impreso de ampli difusion local.	UNIDAD	1	1968000	$ 1.968.000	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.383.766	$ 2.383.766
4	Dos días de contenido de valor en el home de la pag web del medio impreso local + 50 mil Native ADS en secciones internas + una historia Instagram. Tema: cámaras de seguridad e instalación de las alarmas comunitarias; la integración de cámaras privadas a comando de la Policía.	UNIDAD	1	2500000	$ 2.500.000	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.561.099	$ 2.561.099
5	2 días de Contenido de valor en el home del medio impreso local+ 50 mil Native ADS en secciones internas + una historia Instagram. Tema: Movilidad: 230 motos entregadas a la Policía y los comandos élites del Plan titán más los opresivos con los drones.	UNIDAD	1	2500000	$ 2.500.000	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.591.649	$ 2.561.099	$ 2.561.099
6	Una portada Falsa en el periódico impreso local. Tema sugerido: Tecnología al Servicio de la Seguridad: Cámaras Inteligentes en el Corazón de Cartagena	UNIDAD	1	9606018	$ 9.606.018	$ 9.740.509	$ 9.740.509	$ 9.740.509	$ 9.740.509	$ 9.695.679	$ 9.695.679
7	Reel en post e historia sobre 230 motos entregadas a la Policía y los comandos élites del Plan titán más los opresivos con los drones. Se publica en las redes del medio impreso de amplia difusión local.	UNIDAD	1	1968000	$ 1.968.000	$ 2.059.649	$ 2.059.649	$ 2.059.649	$ 2.059.649	$ 2.029.099	$ 2.029.099
8	Un millón de impresiones para publicar en formato post e historias en la red social de su preferencia	N/A	1	3500000	$ 3.500.000	$ 1.750.000	$ 1.750.000	$ 1.750.000	$ 1.750.000	$ 2.333.333	$ 2.333.333
VALOR PRECIOS PROMEDIO UNITARIOS Y TOTALES											$ 30.560.224
19% IVA											$ 5.806.442
VALOR PRECIOS PROMEDIO UNITARIOS Y TOTALES											$ 36.366.666
VALOR EN LETRAS: Treinta y seis millones trecientos sesenta y seis mil seicientos sesenta y seis pesos.											

Fuente: Elaboración propia

IMPLEMENTACION Una vez recibidas las cotizaciones para realizar la Contratación del medio escrito de amplia difusión en Cartagena, como componente del proyecto IMPLEMENTACION DE INICIATIVAS PARA FOMENTO Y FORTALECER LA CONVIVENCIA CIUDADANA EN EL DISTRITO DE CARTAGENA se procedió a realizar el estudio de mercado correspondiente, estableciéndose como promedio la suma de $36.366.666, IVA Y DEMAS IMPUESTOS INCLUIDOS

Dirigirse al documento de Estudio de mercado del proyecto para revisar mayores especificaciones.

10. INDICADORES FINANCIEROS

La modalidad de contratacion de conformidad con las características y especificaciones del proceso es la mínima cuantía, que es un procedimiento rápido y sencillo para escoger al contratista en la adquisición de bienes, obras y servicios cuyo valor no exceda el 10% del valor de la menor cuantía de las entidades estatales. Esta modalidad de selección tiene menores formalidades que las demás.

Las reglas aplicables a la modalidad de selección de mínima cuantía se encuentran consagradas en el numeral 5 del articulo 2 de la Ley 1150 de 2007, modificado por el articulo 94 de la Ley 1474 de 2011 y no se deben agregar requisitos, procedimientos o formalidades adicionales.

En la contratación por mínima cuantía el precio es el factor de selección del proponente, es decir, que se debe adjudicar el proceso de contratación al proponente que cumpla con todos las condiciones requeridas por la Entidad Estatal en los documentos del proceso y que ofrezca el menor valor. No hay lugar a puntajes para evaluar las ofertas sobre las características del objeto a contratar, su calidad o condiciones. Se debe entonces, revisar las ofertas económicas y verificar que la de menor precio cumple con los requerimientos de la invitación pública. Si esta no cumple se debe verificar al segundo mejor precio, y asi sucesivamente.

En los procesos de contratación de mínima cuantía no se solicitan Registros Únicos de Proponentes. Simplemente se verifica la capacidad jurídica, la experiencia y la capacidad financiera. En cuanto a la capacidad financiera, las entidades estatales pueden exigir requisitos de este tipo, cuando paga antes del recibo a satisfacción de los bienes, obras o servicios. Para el presente proceso de contratación se ha contemplado una forma de pago que no contempla pagos previos a la recepción de los servicios contratos, por tanto, la evaluación de los requisitos de capacidad financiera se adelantara conforme a lo establecido para los procesos de contratación de mínima cuantía.

11. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Los servicios a prestar comprenden la ejecución de actividades para la promoción y divulgación de las informaciones generadas en Distriseguridad, en el cual se justifique la estrategia y campaña en el medio escrito de amplia difusión seleccionado y la proposición de alternativas que permitan el logro de los fines institucionales y metas plateadas en el Plan de Desarrollo distrital en cuanto a la divulgación de la información que requiera la entidad, por lo cual el contratista debe:

1. Diseñar, y ejecutar una estrategia y campaña de divulgación óptima de los programas y proyectos que se adelantan Distriseguridad en un medio de comunicación escrito de amplia difusión, sujeto a los lineamientos creativos e institucionales que sugiera la entidad.
2. Realizar inversión en pauta publicitaria, avisos y espacios en el medio de comunicación escrito de amplia difusión enfocado a las actividades comunitarias desarrolladas por la entidad en el marco del PROYECTO IMPLEMENTACION DE INICIATIVAS PARA FOMENTO Y FORTALECER LA CONVIVENCIA CIUDADANA EN EL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS CON BPIN 2024130010022.
3. Realizar mediciones de alcance, frecuencia de los mensajes publicitarios emitidos y sobre la gestión de medios desplegada y del impacto de la divulgación institucional en los medios contratados después de finalizada cada campaña.
4. Posicionar a Cartagena como un referente nacional e internacional mediante una campaña de ciudad, un proyecto en el que prevalece la unidad entre la institucionalidad, las empresas, los gremios, las comunidades y los medios de comunicación.

CLASIFICACION UNSPSC

La clasificación de los bienes y servicios, objeto del Proceso de Contratación, son los siguientes:

GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
F	**82**	**10**	**15**	**4**
Servicio	Servicios editoriales, de diseño, de artes gráficas y bellas artes	publicidad	Publicidad impresa	Publicidad en periódicos
F	**82**	**10**	**16**	**3**
Servicio	Servicios editoriales, de diseño, de artes gráficas y bellas artes	publicidad	Publicidad difundida	Publicidad en internet
F	**82**	**10**	**18**	**1**
Servicio	Servicios editoriales, de diseño, de artes gráficas y	publicidad	Servicios de agencia de	Servicios de campaña

	bellas artes		publicidad	publicitaria

ESPECIFICACIONES TECNICAS Y CATEGORÍAS:

CATEGORIA	Medios Recomendados
Posicionamiento de Distriseguridad	Medio de comunicación local escrito y de amplio alcance en el distrito de Cartagena. Se utilizará este medio para promover campañas de sensibilización frente a temas de convivencia ciudadana y otros temas de interés relacionados con los avances en programas y proyectos de Distriseguridad.

Otros aspectos técnicos que cumplir por el proponente:

El proponente deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos técnicos:

El proponente deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos técnicos:

- Debe manejar redes sociales como FACEBOOK con mínimo 1.000.000 de seguidores, INSTAGRAM con mínimo 400.000 seguidores (Este requisito deberá acreditarlo con pantallazos de sus perfiles públicos de dichas redes sociales, condición esta que será verificada por la entidad estatal.

- Así mismo en su versión digital deberá acreditar que en el último año ha tenido por lo menos 100.000.000 de páginas vistas en el último año y un promedio de páginas vistas al mes de por lo menos 9.000.000.

- También, deberá acreditar un número de usuarios en versión digital de por lo menos 18.000.000 en el último año y más de 2.000.000 usuarios al mes.

- En medio impreso deberá contar con mínimo 2 emisiones diarias (Una de alcance regional con más de 60.000 lectores y una de alcance local con más de 90.000 lectores).

- Así mismo, es su versión impresa debe contar con un alcance mínimo de 50.0000lectores.

12. PERSPECTIVAS DEL SECTOR (CP, MP)

CORTO PLAZO – PARA EL 2024

Satisfacer las necesidades iniciales de la entidad por medio de la puesta en marcha del proyecto de la “PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS DE AMPLIA CIRCULACIÓN LOCAL PARA DAR A CONOCER LA OFERTA INSTITUCIONAL Y AVANCES DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DISTRISEGURIDAD” que permita dar alcance e impactar positivamente a la percepción de seguridad de toda Cartagena de Indias.

MEDIANO PLAZO – ACTUAL VIGENCIA DE GOBIERNO DISTRITAL 2024-2027

Mantener proyectos de gran impacto para el avance en los procesos de seguridad y convivencia en la ciudad de Cartagena de Indias con el fin de mantener la pauta que permita generar mejores entornos y escenarios en la ciudad vía proyectos y mejorar la percepción teniendo una pauta eficiente.

13. MARCO LEGAL Y NORMATIVO

A continuación, se relacionan leyes, normas y decretos que aplican para el estudio.

Tabla 8 Marco Legal

NOMBRE	DETALLE
LEY 1712 DE 2014	Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.
LEY 1978 DE 2019	Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones
LEY 2195 DE 2022	Por medio de la cual se adoptan medidas en materia de transparencia, prevención y lucha contra la corrupción y se dictan otras disposiciones
LEY 2345 DE 2023	Por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal

Fuente: Elaboración propia

14. METAS SOCIALES

14.1. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia Potencia Mundial de la Vida”, está el segmento número 5 “Convergencia Regional” donde se encuentra el capitulo “Fortalecimiento institucional como motor de cambio para recuperar la confianza de la ciudadanía y el fortalecimiento del vínculo Estado-Ciudadanía”, en este se detalla que se realizarán ajustes institucionales y culturales para recuperar la confianza de la ciudadanía en las instituciones públicas. En este sentido, se mejorará la relación de las instituciones públicas con la ciudadanía, buscando cumplir con sus expectativas y dar respuestas oportunas a problemas sociales complejos. (Presidencia de la República, 2023)

Adicionalmente, se menciona que se diseñará una regulación eficiente y de calidad, y la transformación del Estado avanzará en términos de transparencia, digitalización, capacidad de desarrollo inclusivo e innovación para combatir de manera eficaz las diferentes formas de corrupción. Se integrarán en un sistema único las diferentes fuentes de información de la Inversión Pública y de financiación de los planes, programas y proyectos, contribuyendo a la aplicación efectiva de presupuesto por resultados. (Presidencia de la República, 2023)

Dentro de dicha transformación se fortalecerá el Gobierno Digital del país para tener una relación eficiente entre el Estado y el ciudadano, para ello:

(i) Se acelerará la digitalización de trámites y la masificación de servicios ciudadanos digitales.

(ii) Se tendrán en cuenta los desafíos y oportunidades que trae consigo la evolución tecnológica, social e institucional de la identidad digital, con el objeto de crear confianza y una interacción fiable, eficiente y segura entre el Estado y los habitantes del territorio.

(iii) Se impulsará la modernización de las entidades a través de incentivos para el uso de datos y la adopción de herramientas y tecnologías digitales, así como la implementación de pilotos de compra pública innovadora.

Así mismo, está el capítulo seis “Dispositivos democráticos de participación: política de diálogo permanente con decisiones desde y para el territorio”, donde se plantean las siguientes metas:

- **Condiciones y capacidades institucionales, organizativas e individuales para la participación ciudadana:** Se reformulará la política institucional de participación ciudadana y se capacitarán servidores públicos para garantizar el involucramiento de la ciudadanía como un valor esencial en la gestión de lo público.
- **Efectividad de los dispositivos de participación ciudadana, política y electoral:** Se definirá una política de diálogo e intercambio permanente con la ciudadanía que dé continuidad a los diálogos regionales vinculantes, sobre

la base de la revisión del Decreto 1535 de 2022 y evaluación de la Ley 1757 de 2015.

14.2. PLAN DISTRITAL DE DESARROLLO

"**Componente Impulsor de avance: Transparencia y Gobierno Abierto**
El Gobierno Distrital fortalecerá la relación Estado - ciudadano mediante la gestión eficiente de la información pública, logrando que su divulgación se dé de manera clara, accesible y oportuna a la ciudadanía. Esto implica el compromiso con la apertura, la rendición de cuentas y la participación ciudadana en la toma de decisiones. La transparencia y el gobierno abierto son fundamentales para promover la confianza, la legitimidad y la participación de la ciudadanía en la gestión pública, lo que a su vez impacta positivamente en el nivel de satisfacción de los ciudadanos frente a los servicios y acciones gubernamentales. Este impulso fortalecerá la cultura organizacional de la institución al fomentar la rendición de cuentas y una mayor responsabilidad de los funcionarios públicos y colaboradores.

También promoverá la implementación de tecnologías de la información comunicaciones, facilitando su uso y apropiación para la participación y toma de decisiones. Esto permitirá el acceso rápido y eficiente a la información pública relacionada con los servicios ofrecidos, enfrentando así los desafíos derivados de la gestión de información sensible y garantizando la protección de los datos personales de los ciudadanos que utilizan los canales de atención.

Además, contribuirá a la prevención de la corrupción y al fortalecimiento de los mecanismos de control y fiscalización específicos. El compromiso para los próximos cuatro años es avanzar hacia un modelo de gobierno más transparente, participativo y responsable, que promueva la confianza y satisfacción ciudadana. (Alcaldía de Cartagena, 2024)

Tabla 9 Indicadores de resultado

Indicador	Línea base	Unidad de medida	Meta del cuatrienio	ODS asociado
ITA- Índice de Transparencia y Anticorrupción	98 puntos en 2023 Fuente: Resultados ITA - Índice de Transparencia y Anticorrupción. Procuraduría General de la Nación, 2023	Puntos	Incrementar a 99 puntos el Índice de Transparencia y Anticorrupción - ITA	9. Industria, Innovación e Infraestructura
Índice de Desempeño Gobierno Digital	75,7 puntos en 2022 Fuente: FURAG Función Pública, 2022	Puntos	Incrementar a 80,7 puntos el Índice de Desempeño Gobierno Digital	9. Industria, Innovación e Infraestructura

Fuente Plan Distrital de Cartagena de Indias

13.6.3 *PROGRAMA: INVERSIÓN PÚBLICA EFICIENTE Y TRANSPARENTE*

El programa de seguimiento a la inversión pública es esencial para promover la transparencia, la eficiencia y la efectividad en la gestión de los recursos públicos de todos los cartageneros y cartageneras, así como para fortalecer la confianza y la legitimidad en las instituciones gubernamentales.

El Gobierno Distrital le apuesta a la eficiencia y la eficacia desde varias acciones que inician con la planeación y con la formulación de los instrumentos que ejecutan el Plan de Desarrollo. Lo anterior promueve una articulación para garantizar la puesta en marcha del concepto de interseccionalidad, integralidad e intersectorialidad. (Alcaldía de Cartagena, 2024)

15. CONCLUSIONES

1. En Colombia existe la suficiente normatividad para poner en marcha el proyecto de “PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS DE AMPLIA CIRCULACIÓN LOCAL PARA DAR A CONOCER LA OFERTA INSTITUCIONAL Y AVANCES DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DISTRISEGURIDAD”

2. El Plan Distrital de Desarrollo de Cartagena 2024–2027; Ciudad de Derechos, contempla en uno de sus programas el uso de políticas y proyectos que mantengan la eficiencia, transparencia y mejoría del desempeño del gobierno digital por medio de información oportuna y veraz.

3. Existe una demanda que hay que cubrir, la cual está dada por una necesidad teniendo la coyuntura de la ciudad, las metas del Plan de desarrollo, y las necesidades de la ciudadanía por ver como se están invirtiendo los recursos.

4. Cartagena de Indias, como ciudad principal de Colombia, debe procurar mantener a la ciudadanía informada de las políticas públicas desarrolladas y de la inversión eficiente de los recursos. Por tal motivo se hace importante el desarrollo de este proyecto.

16. BIBLIOGRAFÍA

Mancera, F. e. (2013). LA ERA DEL MARKETING DIGITAL Y LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN COLOMBIA. Bogotá: Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia.

Compilador López-Medina, J.-D. (2 de septiembre de 2019). ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD SOCIAL Coyunturas sociales como oportunidad de mejoramiento de valor responsable. Bogotá, Colombia: Universidad Católica Luis Amigó.

CONGOTE, H. S. (2010). DISEÑO DE ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS Y MATERIAL P.O.P PARA ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES. Pereira: UNIVERSIDAD CATÓLICA POPULAR DEL RISARALDA.

Gutierrez, A. A. (1995). Tipología de las Estrategias Publicitarias .

González, O. C. (2019). Estrategias de comunicación publicitaria: la importancia del planning. Publicacions de la Universitat Jaume I.

TELLIS, G. J., & REDONDO, I. (2002). *Estrategias de Publicidad y Promoción.* Madrid, España: Pearson Addison Wesley.

Función Pública. (2021). *Estrategia de comunicaciones y de difusión de las políticas públicas y la gestión institucional implementada.*

Departamento Nacional de Planeación. (marzo de 2021). *DNP.* Obtenido de COMUNICACIÓN EFECTIVA Y ASERTIVA EN EL SECTOR PÚBLICO: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/ModernizacionEstado/EiP/S02_Comunicacion_Asertiva.pdf

HAUDA COMUNICACIÓN. (s.f.). Obtenido de Comunicación Pública ¿Qué es y por qué es importante?: https://hauda.es/que-es-la-comunicacion-publica/#:~:text=La%20comunicación%20pública%20es%20la,entidades%20públicas%2C%20estado%20y%20ciudadanía.

RTVC. (08 de NOV de 2022). *ondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de MinTic.* Obtenido de Comunicación pública y privada en Colombia, definición, características y retos: https://www.rtvc.gov.co/noticia/comunicacion-privada-publica-colombia-definicion-caracteristicas-retos

DANE. (octubre de 2020). *DANE INFORMACIÓN PARA TODOS.* Obtenido de GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN: https://www.dane.gov.co/files/sen/lineamientos/Guia-plan-difusion-comunicacion.pdf

Bohórquez, P. G., & García, V. C. (2020). Comunicación pública, aliada estratégica de la gobernabilidad en una administración local. Pautas clave para lograrlo desde lo digital. *Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red*.

Presidencia de la República. (MAYO de 2023). *DNP.* Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potencia-mundial-de-la-vida.pdf

Alcaldía de Cartagena. (2024). *Plan Distrital de Desarrollo, Cartagena Ciudad de Derechos.* Cartagena.

Proyecto: Carolina Reyes – Asesor Dirección General
Proyecto: Amalia Fajardo – Asesor Dirección Operativa
Proyecto: Nicolette Gavilán– Asesor Dirección General
Reviso: Juan Camilo Benítez – Asesor Dirección General