En cumplimiento a lo establecido en el Artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, que establece "(…) deber de análisis de las Entidades Estatales", la Entidad Estatal debe hacer durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de Análisis de Riesgo y dejar constancia de este análisis en los documento del proceso, por lo anterior, la ADRES realiza el correspondiente estudio con el objeto de adelantar proceso de contratación para el cumplimiento de la actividad misional e institucional de la entidad.

1 DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD

La ADRES mediante la reclamación de recursos reconocidos por la subcuenta ecat del FOSYGA, y el reconocimiento por parte del FOSYGA de indemnizaciones por incapacidad, muerte o auxilio funerario, a las víctimas de accidentes de tránsito, eventos terroristas o catástrofes naturales o a sus beneficiarios, deberá ser comunicado mediante escrito dirigido a la dirección reportada al momento de la reclamación. Si transcurridos treinta (30) días contados a partir de la fecha de envío de la mencionada comunicación y para los casos en que no se haya autorizado transferencia electrónica, se procederá a publicar por una sola vez la información en medios de comunicación masiva. Si transcurridos seis (6) meses contados a partir del día siguiente a la publicación, la víctima o beneficiario no se presentó a recibir el monto reconocido, no habrá lugar al pago, sin embargo, la ADRES deberá realizar mediante una publicación impresa de alta circulación y cobertura nacional los nombres correspondientes a los beneficiarios de los pagos.

La ADRES requiere contratar el servicio de publicación en un diario de alta circulación a nivel nacional, con el fin de informar las reclamaciones no efectuadas por las víctimas o sus beneficiarios sobre los recursos reconocidos por la subcuenta ecat del FOSYGA.

2 OBJETO DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN

Contratar la prestación del servicio de publicación en un diario impreso de alta circulación y cobertura nacional en cumplimiento a lo establecido en el artículo 115 del Decreto 019 de 2012 y demás publicaciones que requiera la entidadID_174

3 ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

3.1. ANÁLISIS ECONÓMICO

A continuación, se presenta una síntesis del comportamiento reciente de la economía mundial y colombiana con el fin de fin de contextualizar las principales variables de incidencia, el papel del sector servicios en la economía, así como el impacto que podrían llegar a tener dichas variables en el desempeño del mencionado sector, del que hacen parte las empresas que realizan la prestación de servicios que requiere contratar la Entidad.

En efecto, para poner de presente el estado actual y prospectivo de la economía, la ADRES procedió a revisar estudios realizados por fuentes competentes sobre la materia, entre ellos, los publicados por entidades como el DANE y el Banco de la República, con el objeto de analizar el panorama económico colombiano. Del estudio realizado, se extrajeron las consideraciones que se presentan en este documento.

La necesidad que se busca satisfacer con el objeto de la presente contratación se encuentra definida en el sector terciario de la economía. El concepto de sector de servicios, o terciario, se ha utilizado para referirse a todas aquellas actividades que no se dedican a la producción de manufacturas, excluyendo las labores del campo, de extracción de materiales y de las industrias.[1] El sector terciario de Colombia es uno de las más desarrollados.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia establece que de los establecimientos económicos que existen en el país, el 48 % está dedicado al comercio mientras que el 40 % está destinado al ofrecimiento de servicios.

Se analizan a continuación variables colombiana de acuerdo con la dinámica de las principales variables macroeconómicas, tales como: Producto interno bruto (PIB), el índice de precios al consumidor (IPC), el comportamiento de la tasa de cambio representativa del mercado (TRM), la tasa de desempleo.

3.1.1 ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación mensual, año corrido y anual
Total nacional
2023 - 2024 (octubre)

IPC	Octubre					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
IPC total	0,25	**-0,13**	8,27	**4,44**	10,48	**5,41**

El índice de precios al consumidor (IPC) es un indicador que sirve para medir la evolución de los precios de los bienes y servicios más representativos del gasto de consumo de los hogares en Colombia y nos aporta información para calcular el costo de vida en el país. Las variaciones positivas de este índice corresponden a la inflación al consumidor, mientras que la variación negativa se conoce como deflación. El **IPC** mide la evolución de los precios de los diferentes bienes y servicios que más se consumen en Colombia, lo que se conoce como la canasta básica de referencia.

[1] https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/censo-economico/info-metodologica/CE-documento-metodologico-sector-servicios.pdf. Definición del sector servicios

En el mes de octubre de 2024, el IPC registró una variación de -0,13% en comparación con septiembre de 2024, tres divisiones se ubicaron por debajo del promedio nacional (-0,13%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,76%), Recreación y cultura (-0,17%) e Información y comunicación (-0,16%). Nueve divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional: Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (-0,05%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (-0,04%), Transporte (-0,01%), Educación (0,02%), Prendas de vestir y calzado (0,12%), Restaurantes y hoteles (0,14%), Bienes y servicios diversos (0,16%), Salud (0,17%), y por último, Bebidas alcohólicas y tabaco (0,21%).

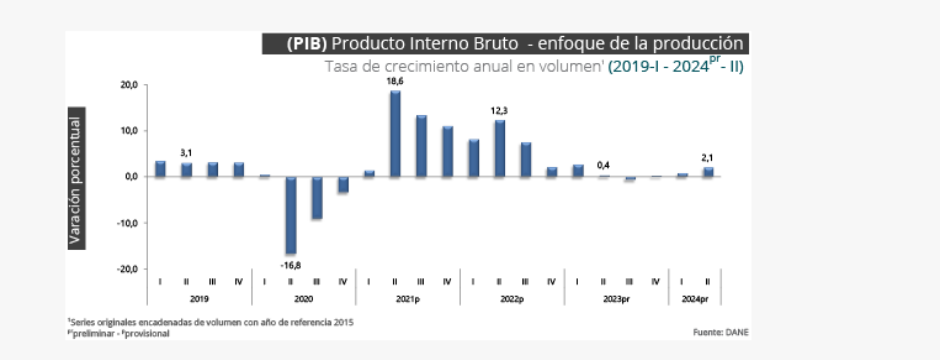
Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Octubre 2023 – 2024

Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	0,20	0,04	-0,76	-0,14
Recreación y cultura	3,79	0,55	0,02	-0,17	-0,01
Información y comunicación	4,33	0,06	0,00	-0,16	0,00
TOTAL	100,00	0,25	0,25	-0,13	-0,13
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,04	0,00	-0,05	0,00
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,35	0,11	-0,04	-0,01
Transporte	12,93	-0,02	0,00	-0,01	0,00
Educación	4,41	0,12	0,00	0,02	0,00
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,20	0,01	0,12	0,00
Restaurantes y hoteles	9,43	0,27	0,03	0,14	0,01
Bienes y servicios diversos	5,36	0,51	0,03	0,16	0,01
Salud	1,71	0,45	0,01	0,17	0,00
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,51	0,01	0,21	0,00

Fuente: DANE. IPC

3.1.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO

En el segundo trimestre de 2024, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,1% respecto al mismo periodo de 2023



Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 10,2% (contribuye 1,0 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 4,8% (contribuye 0,8 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 11,1% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

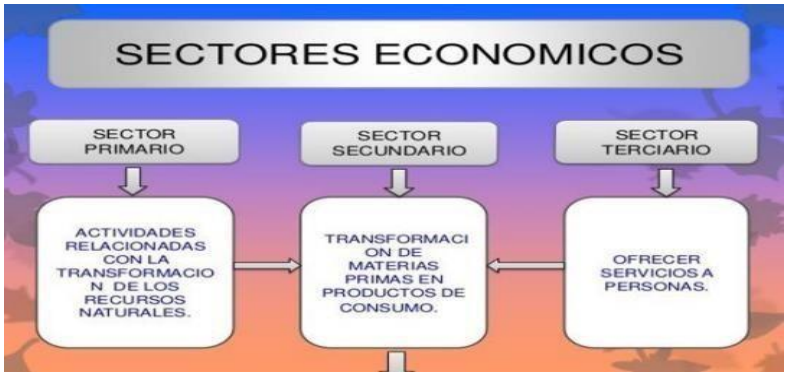
Durante el primer semestre de 2024, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 1,5%. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,1% (contribuye 0,8 puntos porcentuales a la variación anual).
- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 8,0% (contribuye 0,8 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 9,5% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

3.1.3 **Sector Servicios**

Los sectores económicos de Colombia se dividen en tres: el sector primario o sector agrícola, el sector secundario o sector industrial y el sector terciario o sector de prestación de servicios. Esta división y diferenciación es acorde a lo planteado por los estudios en economía clásica, cada uno de estos sectores posee actividades económicas en común dentro de cada grupo y se diferencia de los demás.

Sector terciario servicios



El sector terciario se define como el sector de prestación de servicios, y es donde se desarrolla la distribución y comercialización de los bienes tangibles e intangibles, como la oferta de servicios prestados a empresas o particulares.

Se destaca en este sector, los servicios comerciales, bancarios, turísticos, etc.



El sector de servicios desarrolla actividades como el comercio, transporte, comunicaciones, servicios sociales y está constituido, entre otros, por el subsector de las telecomunicaciones, del que hacen pate las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación.

En el segundo trimestre de 2024pr, el valor agregado de información y comunicaciones decrece 1,9% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2023pr. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 0,3%, respecto al trimestre inmediatamente anterior:

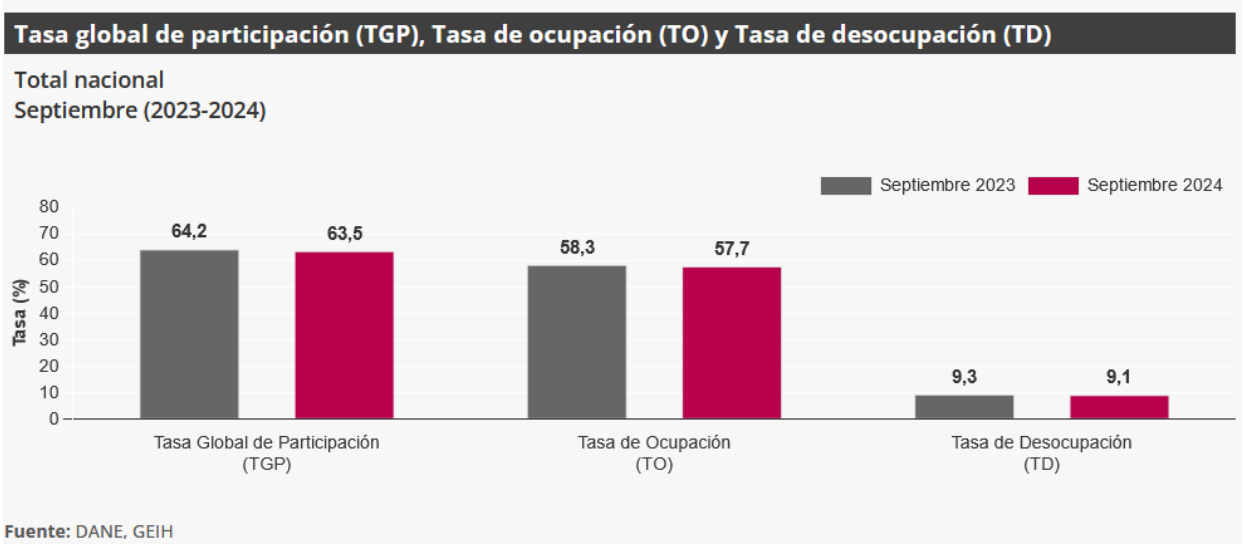
Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Segundo trimestre 2024[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2024[pr]-II / 2023[pr]-II	2024[pr] / 2023[pr]	2024[pr]-II / 2024[pr]-I
Información y comunicaciones	-1,9	-1,9	0,3

Fuente: DANE, PIB_T
[pr]preliminar
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

3.1.4 Empleo y desempleo

Para el mes de septiembre de 2024, la tasa de desocupación del total nacional fue 9,1%, mientras que en septiembre de 2023 fue 9,3%. La tasa global de participación se ubicó en 63,5% y la tasa de ocupación en 57,7%, en el mismo mes del año anterior estas tasas fueron 64,2% y 58,3%, respectivamente.



En septiembre de 2024, la tasa de desocupación en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 9,2%, mientras que en el mismo mes de 2023 fue 9,6%. La tasa global de participación se ubicó en 66,2% y la tasa de ocupación en 60,1%, en septiembre de 2023 estas tasas fueron 66,6% y 60,2%, respectivamente.

En el mes de septiembre de 2024, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 23.213 miles de personas. Las ramas que más aportaron positivamente a la variación de la población ocupada fueron Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos (0,8 puntos porcentuales); Alojamiento y servicios de comida (0,6 puntos porcentuales) y Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (0,4 puntos porcentuales).

CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS EN COLOMBIA- CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

En Colombia, tanto el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE como los Ministerios, Departamentos Administrativos, Superintendencias, Gremios, Academia, Cámaras de Comercio, Centros de Investigación, entre otras entidades, al momento de producir información estadística deben acogerse a la nueva Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, adaptada para Colombia, CIIU 4, presentada por el DANE.

La CIIU Rev. 4 A.C. es una clasificación adaptada de la familia internacional de clasificaciones estadísticas de Naciones Unidas, cuya aplicación garantiza la calidad y comparabilidad de la información estadística, de acuerdo con lo establecido en el Código Nacional de Buenas Prácticas para las Estadísticas Oficiales.

La CIIU4 adaptada para Colombia tiene el propósito de ser aplicada como estándar estadístico para la recolección, codificación y análisis de la información estadística en materia de actividades económicas, para las diferentes investigaciones, cuentas nacionales, encuestas, censos, registros administrativos, estudios sectoriales.
La estructura de clasificación de actividades económicas que maneja la CIIU4:

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
A	AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA
B	EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS
C	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
D	SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS, VAPOR Y AIRE ACONDICIONADO
E	DISTRIBUCION DE AGUA; EVACUACION Y TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES, GESTION DE DESECHOS Y ACTIVIDADES DE SANEAMIENTO AMBIENTAL
F	CONSTRUCCIÓN
G	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS
H	TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO
I	ALOJAMIENTO Y SERVICIOS DE COMIDA
J	INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES
K	ACTIVIDADES FINANCIERAS Y DE SEGUROS
L	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS
M	ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS
N	ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO
O	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACIÓN OBLIGATORIA
P	EDUCACIÓN
Q	ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA Y DE ASISTENCIA SOCIAL
R	ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, DE ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN
S	OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS
T	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
U	ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES Y ENTIDADES EXTRATERRITORIALES

Fuente: Resolución DANE No. 66 del 31 de enero de 2012. CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS. Revisión 4 adaptada para Colombia CIIU Rev. 4 A.C.

ANALISIS DE IMPORTACION DE MATERIA PRIMA

Desde 1993, la Cámara desarrolla acciones para contribuir al desarrollo competitivo y sostenible de las empresas afiliadas, así como para la promoción de la imagen del sector, sus empresas y productos.

Representa al sector frente al Gobierno y grupos de interés, despliega estrategias sectoriales en temas prioritarios de la industria, genera un foro de encuentro entre los afiliados y la cadena de valor, desplegando iniciativas que mejoren la imagen del papel y las empresas que lo fabrican.

La Cámara contribuirá con acciones para que, en 2025, el sector sea un referente nacional en sostenibilidad a través del posicionamiento como protagonista en la búsqueda de los objetivos de desarrollo sostenible y los principios del capitalismo consiente, y promoverá las condiciones del entorno en relación con el costo país para la competitividad del sector papelero colombiano con propuestas que generen estándares de clase mundial.





Fuente: https://www.andi.com.co/Home/Camara/20-industria-de-pulpa-papel-y-carton



Fuente: https://www.andi.com.co/Home/Camara/20-industria-de-pulpa-papel-y-carton



Fuente: https://www.andi.com.co/Home/Camara/20-industria-de-pulpa-papel-y-carton

La manifestación más clara y concisa de la prensa es el periódico que es un medio masivo de comunicación pues una infinidad de lectores pueden acceder al mensaje o a la información contenida en un diario; es la forma más pura de trasmitir un mensaje cuyo único requisito es saber leer.

El periódico cumple la función de informar siendo esta su labor principal; como segunda función que se ha desarrollado de su finalidad principal está el formar opinión en los lectores y cultivar la lectura; el hecho de generar en las personas criterios propios, es la responsabilidad que tiene un diario al momento de dar el mensaje

o de brindar información. Ahora bien, los diarios son catalogados como un producto para mercadear y las unidades a imprimir dependen directamente de la oferta y demanda, puesto que su finalidad es ser comercializado y adquirido por cualquier persona que quiera ser informado.

Aunque la prensa escrita ha tenido momentos difíciles y en esta era enfrenta nuevos retos, los diarios siguen estando en vigencia y transformando parte de su infraestructura con el propósito de suplir la necesidad tanto de las personas que disfrutan leer los impresos como las nuevas generaciones que requieren los recursos digitales. Justo cuando la información es uno de los bienes que más se multiplica todos los días y la búsqueda de contenidos en medios tradicionales ha crecido notablemente porque las personas, en medio de la abundancia de noticias, buscan fuentes de información confiables, los periódicos impresos pasan por su peor momento, porque el miedo al contagio del Covid-19 ha llevado a que las personas se atemoricen por tener uno en sus manos.

Según un informe de The Economist, a diferencia de lo que ha sucedido con otras industrias que se han visto afectadas por la crisis, los proveedores de noticias están asistiendo a un aumento masivo de la demanda de su producto. El tráfico de las páginas web de noticias ha incrementado en niveles nunca antes vistos y las suscripciones online han crecido a una tasa seis veces superior a la normal. Sin embargo, las compras de impresos, mucho más representativas que las suscripciones digitales, se desplomaron, y los ingresos por publicidad digital no se equiparan con los que genera la pauta tradicional que, en categorías como comercio y viajes, se ha evaporado.

La coyuntura simplemente ha acentuado una tendencia que viene de años atrás, como es la caída en los ingresos por publicidad y la reducción de lectores en papel, sea porque migraron a internet, o bien porque mueren por vejez; lo mismo aplica para la circulación, en cuanto el hábito de comprar el periódico impreso se ha ido perdiendo. Sin embargo, se han ido formando nuevos hábitos, como el pago por suscripciones digitales, especialmente por parte de los más jóvenes, lo que podría representar una oportunidad si logran fidelizarse en el largo plazo.

MEDIDAS DE LOS PERIÓDICOS

A pesar de ese panorama, muchos periódicos se han resistido a ver esta situación como una crisis y han tomado medidas para mitigar el impacto de la coyuntura. Algunos países discuten normas sobre la obligatoriedad de que los periódicos vengan empacados en bolsas plásticas y podría suceder como en los países escandinavos, que obligaron en un momento dado a grapar los periódicos para diferenciarlos de los de circulación gratuita. Eduardo Garcés, gerente general de El Espectador, apuntó que "hemos dado información que ha salido publicada de cuánto dura el virus en una tela, en un papel o una bolsa y no ha habido un solo contagio en el mundo por un periódico, revista o libro".

El directivo agregó que "no lo vemos como un problema a corto plazo que pueda acabar con el impreso en los próximos seis meses, pero sí es una razón más para pensar que, tarde que temprano, los periódicos impresos evolucionarán hacia las plataformas digitales exclusivamente, más allá de esta coyuntura, por los recursos que implican el transporte y la producción de un periódico impreso". Garcés concluyó que "esto puede ser un acelerador para que, no solo los periódicos, sino las revistas y los libros sigan su curva de decaimiento, pero no lo vemos como un problema a corto plazo". Las dificultades, sin embargo, no han representado un obstáculo para que los periódicos impresos aporten a sus lectores, no solamente llevando información de calidad, sino

también preocupándose por su seguridad y necesidades. Mientras tanto en Colombia, El Tiempo y El Espectador están enviando su edición embolsada a sus suscriptores, como lo hizo durante muchos años La República.

Al respecto, Garcés afirmó que en el periódico "estamos extremando todas las medidas de seguridad en los procesos productivos, de alistamiento y distribución. Estas incluyen toma de temperatura de todo el personal, trajes, tapabocas y guantes permanentes. El periódico se le entrega embolsado al personal de distribución, quienes surten el mismo proceso de seguridad y desinfección". Otro panorama que se debe tocar es la prensa regional que viene sufriendo hace varios años la crisis de la pauta en medios impresos tradicionales, situación que se ha acentuado en medio de la coyuntura del Covid-19, que ha llevado a que la publicidad caiga entre 40% y 80% (según cifras de la Asociación Colombiana de Medios de Información) y ha imposibilitado la distribución de los periódicos en la calle. Por ejemplo, La Opinión de Cúcuta tuvo que cerrar su edición impresa y se mantiene únicamente por sus portales digitales y redes sociales y El Nuevo Día de Ibagué no ha podido cumplir con el pago de la nómina del mes pasado, lo que puede llevar a que, eventualmente, deje de circular.

La Patria, de Manizales, tuvo que recurrir a préstamos para pagar la nómina, sin embargo, para no prescindir de ningún periodista, redujo su número de páginas, cambió su formato y está imprimiendo parte del periódico en blanco y negro. Caso excepcional, en cambio, es el de El Colombiano, de Medellín. Sobre la crisis actual su directora, Martha Ortiz, dijo: "El Colombiano se ha esforzado por honrar su compromiso con la sociedad de brindarle información veraz y análisis de los hechos promoviendo serenidad y conocimiento en tiempos de confusión. Estamos aquí para construir sociedad. Seguimos entregando el periódico a los suscriptores, circulando en la calle y ofreciendo contenidos en nuestra web y redes sociales, estos últimos con récords históricos de audiencias. Esta casa periodística ha sido sana financieramente y está en el medio de un proceso estratégico de transformación, pero, sin ninguna duda, está siendo afectada por el contexto social y económico actual.

Abrazamos la creatividad y el talante de nuestro equipo, vamos tomando decisiones protegiendo ante todo la vida. Esta coyuntura ha reconocido la importancia del periodismo serio.". Sobre la situación de los medios regionales, Werner Zitzmann, presidente de la AMI, afirmó que "todos los medios están golpeados porque todos viven de la publicidad. Pero con los medios de información regionales hay una sensibilidad especial, porque en términos de información y periodismo local, ellos son los únicos que cubren sus plazas. Luego si desaparecen, esas plazas se quedan sin información local. Y ese es un riesgo que no nos podemos dar el lujo como país. La crisis hoy es el coronavirus y sus efectos sociales y económicos, pero sin medios de información, más adelante, para la democracia y para la construcción de un país transparente cualquier crisis será mucho peor ". Ahora bien, el panorama es menos alentador para la prensa de calle, que no es más que la prensa que tiene como modelo de negocio la amplia circulación en las calles con papel que se regala y que se financia con la publicidad.

El reto es para medios como ADN, Publimetro y Q'hubo, que son gratuitos, dependen enteramente de los voceadores que distribuyen el periódico en calle y, por las medidas de aislamiento social y la cuarentena, han dejado de circular. Sin embargo, estos periódicos han buscado estrategias para adaptarse a la crisis. Publimetro, por ejemplo, dejó de imprimirse, pero todos los días genera la entrega del PDF del periódico a través de plataformas virtuales, para mantener la idea de que el diario sigue saliendo en su horario habitual. En ese panorama, los retos para la prensa de calle son muy complejos, especialmente desde el punto de vista económico, sin embargo, se trata de medios que vienen fortaleciendo su presencia digital y están encontrando formas para reinventarse con base en su principal activo: la capacidad de curar información.

3.1.1. ANÁLISIS TÉCNICO

La ADRES mediante la reclamación de recursos reconocidos por la subcuenta ecat del FOSYGA y el reconocimiento por parte del FOSYGA de indemnizaciones por incapacidad, muerte o auxilio funerario, a las víctimas de accidentes de tránsito, eventos terroristas o catástrofes naturales o a sus beneficiarios, deberá ser comunicado mediante escrito dirigido a la dirección reportada al momento de la reclamación. Si transcurridos treinta (30) días contados a partir de la fecha de envío de la mencionada comunicación y para los casos en que no se haya autorizado transferencia electrónica, se procederá a publicar por una sola vez la información en medios de comunicación masiva. Si transcurridos seis (6) meses contados a partir del día siguiente a la publicación, la víctima o beneficiario no se presenta a recibir el monto reconocido, no habrá lugar al pago, sin embargo, la ADRES deberá realizar mediante una publicación impresa de alta circulación y cobertura nacional los nombres correspondientes a los beneficiarios de los pagos.

Periódico Amplia Circulación Nacional: Es el medio de Comunicación escrito con una publicación que circula en las ciudades capitales y amplios sectores del territorio nacional, con una periodicidad diaria, , cuya principal función consiste en informar, divulgar hechos o acontecimientos de carácter social, cultural, económico, político o deportivo de manera actualizada, que gracias a su distribución nacional permite mayor alcance, cubrimiento y penetración Informativa.

3.1.2. ANÁLISIS REGULATORIO

En Colombia la libertad de prensa se encuentra consagrada en el artículo 20 de la Constitución Política de Colombia "|*Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva. Estos son libres y tienen responsabilidad social".*

El artículo 209 de la Constitución Política señala como principio de la función administrativa la publicidad de las actuaciones. En este mismo sentido el artículo 3 del numeral 9 del código de Procedimiento Administrativo y de lo contencioso Administrativo señala; en virtud del principio de publicidad, las autoridades darán a conocer al público y a los interesados en forma sistemática y permanente, sin que medie petición alguna, sus actos, contratos y resoluciones mediante las comunicaciones, publicaciones que ordene la ley, incluyendo el empleo de tecnologías que permitan difundir de manera masiva dicha información de conformidad con lo dispuesto en este Código cuando el interesado deba asumir el costo de la publicación, esta no podrá exceder el valor de la misma.

Respecto al presupuesto de las Entidades Públicas para publicidad el Articulo10 de la Ley 1474 de 2011 dispone. "*Los recursos que destinen las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, en la divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar que implique utilización de dineros del Estado, deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos. En esta publicidad oficial se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión, tamaño y medios de comunicación, de manera tal que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos*. Modificado por el art 232, Decreto 019-2012.

Se prohíbe el uso de publicidad oficial, o de cualquier otro mecanismo de divulgación de programas y políticas oficiales, para la promoción de servidores públicos, partidos políticos o candidatos, o que hagan uso de su voz, imagen, nombre, símbolo, logo o cualquier otro elemento identificable que pudiese inducir a confusión.

En ningún caso las entidades objeto de esta reglamentación podrán patrocinar, contratar o realizar directamente publicidad oficial que no esté relacionada con las funciones que legalmente debe cumplir, ni contratar o patrocinar la impresión de ediciones de lujo.

Por lo anterior para materializar el principio de publicidad para las Entidades Públicas descrito en las normas mencionadas es necesario acudir a los periódicos que prestan este servicio de publicación mediante la celebración de un contrato de prestación de servicio.

3.1.3. OTROS ASPECTOS

CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS UNSPSC

De acuerdo con la Codificación de Bienes y Servicios del Código Estándar de Productos y Servicios de las Naciones Unidas, el objeto del presente proceso de contratación se encuentra codificado de la siguiente manera:

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	NOMBRE DE PRODUCTO
55	5510	551015	55101519	Publicaciones Periódicas
55	5510	551015	55101500	Publicaciones Impresas
82	8212	821218	82121800	Publicación
93	9315	931501	93151501	Servicios financieros o de gestión administrativa de empresas públicas

3.1.4. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTORICO

ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS HISTÓRICO DE LA ADRES.

Se verifico en el historial de contratación de la entidad, y se encontró que la ADRES mediante los siguientes contratos ha realizado procesos de contratación que conllevan a la verificación del objeto a contratar:

No de proceso o contrato	571-2023
Modalidad de selección del contratista.	Mínima Cuantía
Objeto del contrato	Contratar la prestación del servicio de publicación en un diario impreso de alta circulación y

	cobertura nacional en cumplimiento a lo establecido en el artículo 115 del Decreto 019 de 2012 y demás publicaciones que requiera la entidad.
Cantidad del bien o servicio	1
Valor del contrato suscrito	5.000.000 COP
Forma de pago.	Pagos Parciales
Número de contratos suscritos para el efecto y vigencias de los mismos	1
Vigencia de los contratos	2023
Presupuesto y si ha habido lugar a vigencias futuras	N/A
Comportamiento de los contratistas, imposición de sanciones	N/A
Empresas que presentaron oferta	N/A
Contratista adjudicatario	PERIODICOS Y PUBLICACIONES SAS
Link de publicación de Secop	https://www.colombiacompra.gov.co/secop-ii

ADQUISICIÓN DE BIENES Y/O SERVICIOS DE OTRAS ENTIDADES ESTATALES Y LAS EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO

De la búsqueda realizada se identificaron los procesos que se relacionan en la siguiente tabla:

ENTIDAD Y/O EMPRESA CONTRATISTA	NÚMERO Y FECHA DEL CONTRATO	OBJETO	VALOR UNITARIO (IVA - SI APLICA))	LINK DE PUBLICACIÓN DE SECOP
INSTITUTO TECNICO PATIOS CENTRO No.2 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD PROCESO DE APOYO SECRETARIA GENERAL	**005-2023**	Impresos y Publicaciones, servicio de fotocopias e impresiones a color y blanco y negro para las sedes de la Institución Educativa,	**5.000.000**	**community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticeManagement/Index?currentLanguage=es-CO&Page=login&Country=CO&SkinName=CCE**
LA NACIÓN - CONSEJO SUPERIOR DE LA JUDICATURA - DIRECCIÓN EJECUTIVA SECCIONAL DE ADMINISTRACIÓN JUDICIAL DE TUNJA,	DESAJTU-MC-010 DE 2023	prestación del servicio de publicación de edictos emplazatarios, en prensa de cobertura local y/o nacional y en radio de difusión local y/o nacional, de acuerdo a las necesidades o	**4.031.030**	**https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticeManagement/Index?currentLanguage=es-CO&Page=login&Country=CO&SkinName=CCE**

		requerimientos de los Juzgados, con jurisdicción en los Distritos Judiciales de Tunja,		
Rama Judicial – Dirección Seccional de Administración Judicial de Cali	MC-2023-10	Prestación del servicio de publicación de Edictos, Avisos y Similares	**5.000.000**	**https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticeManagement/Index?currentLanguage=es-CO&Page=login&Country=CO&SkinName=CCE**

4 ESTUDIO DE LA OFERTA[2]

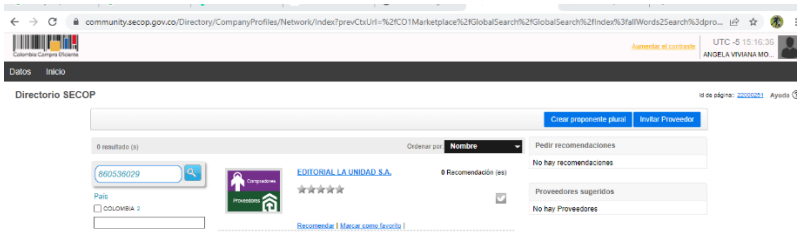
Teniendo en cuenta que las publicaciones se deben realizar en a través de periódicos de amplia circulación nacional, se revisó la oferta actual de diferentes empresas que prestan el servicio que permite dar cumplimiento al objeto contractual que pretende satisfacer las necesidades de la ADRES, encontrando en el mercado las siguientes:

- Casa Editorial El Tiempo
- El Espectador
- La República
- El colombiano
- El Nuevo Siglo



EL NUEVO SIGLO:

[2] Como fuente de información para desarrollar este capítulo, consultar el acápite 5. de la Guía de elaboración de estudios de sector - GEES remitirse al siguiente https://colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/cce_documentos/cce-eicp-gi-18._gees_v.2_2.pdf

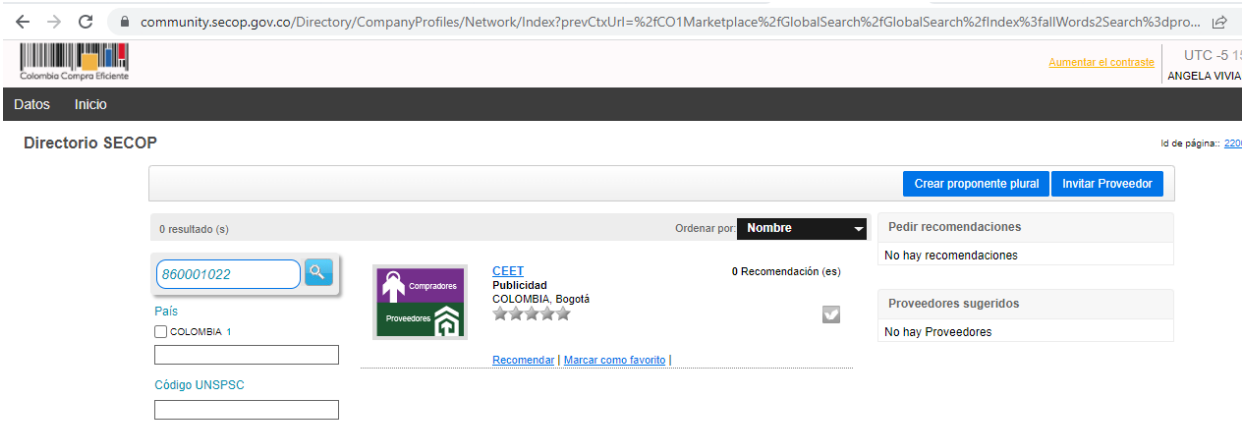


EL ESPECTADOR

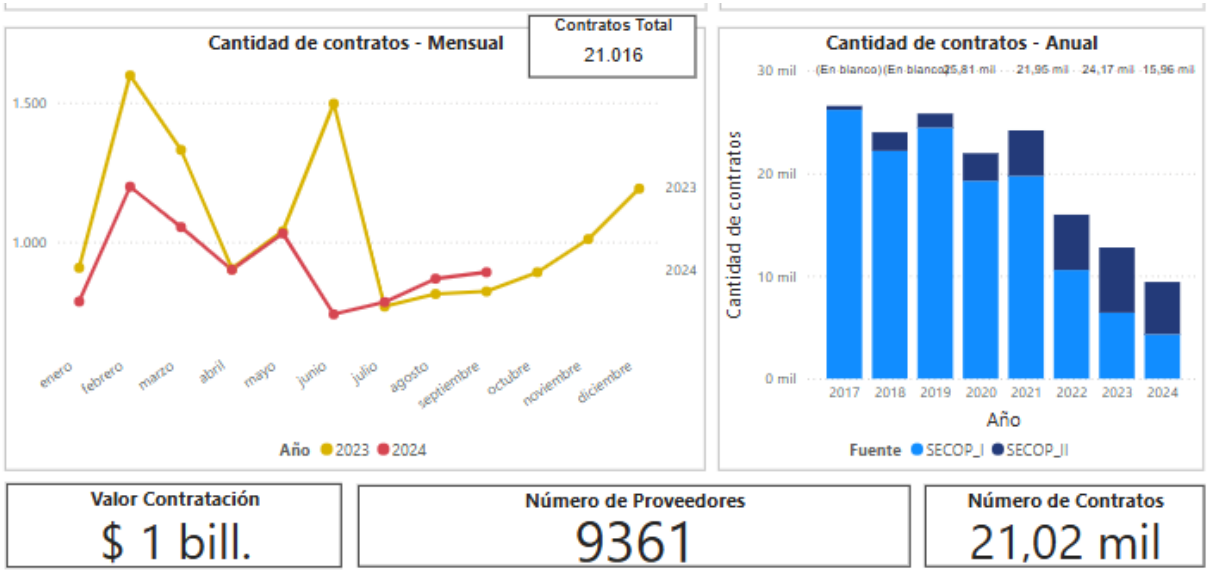


EL TIEMPO





De acuerdo con la información suministrada por Colombia Compra Eficiente, en su publicación del análisis de la oferta, las entidades en el año 2023 y en los meses transcurridos en el año 2024, el valor total estimado de contratación bajo los códigos UNSPSC 821218 y 551015 denominados Publicidad y Publicaciones respectivamente, ascienden a $1.467.565.347.373 en 21.016 contratos, con 9361 proveedores:



4.1. QUIÉN VENDE

Si bien en Colombia pueden existir empresas que realicen el acompañamiento para el desarrollo de una aplicación que satisfaga las necesidades que se presentan en el estudio de mercado se solicitaron cotizaciones a los siguientes posibles proveedores:

NOMBRE	NIT	TAMAÑO
HAROLD ZEA & ASOCIADOS SAS	830047108	mediana
ADD MEDIA SAS	900411670	mediana

ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	830136865	mediana
EL TIEMPO	860001022	grande
DIARIO NACIONAL	60523528	mediana
BIG MEDIA PUBLICIDAD SAS	900663951	mediana
EDITORIAL LA REPUBLICA S.A.S	901017183	grande
SERVIMEDIOS	800045878	mediana
ACOMEDIOS	800000457	grande
ACCESO DIRECTO	830082553	microempresa
4 PODER OR COMUNICACIONES	901132402	microempresa
El colombiano	890901352	grande

MIPYMES – (micro, pequeña y mediana empresa)

Para el desarrollo del presente análisis se toma la base de datos de las empresas registradas en el Sistema Integrado de Información Societaria - SIIS de la Superintendencia de Sociedades para las vigencias 2023 y 2024.

Así las cosas, con el fin de identificar la cantidad de empresas que pueden ofrecer sus servicios para la satisfacción de la necesidad del presente proceso, se tomó con base la identificación de los bienes y servicios respecto a su clasificación y su respectiva asociación con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU, como se detalla a continuación:

Sección	Grupo	Clase	Descripción
M	731	7310	Publicidad
J	581	5813	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
C	181	1812	Actividades de servicios relacionados con la impresión

Fuente: Resolución DANE No. 66 del 31 de enero de 2012. CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS. Revisión 4 adaptada para Colombia CIIU Rev. 4 A.C.

4.2. DETERMINACIÓN DE CRITERIOS DIFERENCIALES PARA MIPYME Y EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES

El artículo 31 de la Ley 2069 de 2020 establece el deber de las entidades de incluir en los documentos de los procesos de contratación, requisitos diferenciales y puntajes adicionales, en función del tamaño empresarial para la promoción del acceso de las Mipyme al mercado de compras públicas. En línea los artículos 2.2.1.2.4.2.18., 2.2.1.2.4.2.15. y 2.2.1.2.4.2.16. que adicionan la Subsección 2 de la Sección 4 del Capítulo 2 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1082 de 2015, los cuales establecen medidas amativas para incentivar la participación de las mujeres y Mipymes en el sistema de compras públicas, así como fomentar la ejecución de contratos estatales por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional.

Por lo anterior, y para el cumplimiento de lo citado, CCE recomienda considerar los criterios antes expuestos que le permitan a la entidad identificar Mipymes, emprendimientos y empresas de mujeres como posibles proveedores de los bienes y servicios a adquirir.

Las MiPymes son el 99,5% del universo empresarial formal colombiano y aportan cerca del 40% del PIB. (ACOPI (2023). Según Confecámaras, las empresas formales activas en 2022 eran 1,7 millones(*), es decir, empresas con matrícula mercantil renovada o matriculadas en 2022. De éstas 99,5% son mipymes. Del total de empresas formales en 2022, 92% eran microempresas, 5,9% pequeñas, 1,6% medianas y 0,5% grandes. De acuerdo con los datos del DANE de la Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH, el 62% de los ocupados totales trabajan en microempresas, el 17% en pymes y el 21% en empresas grandes.

El tejido empresarial de Bogotá cerró en junio de 2024 con las siguientes participaciones de acuerdo a tamaño, sector económico y organización jurídica: 91,4 % fueron microempresas, 47,4 % de las empresas se dedicaron a las actividades de servicios y 52,0 % se registraron como personas naturales[3]

De acuerdo con información de la Cámara de Comercio de Bogotá, las MiPymes representan el 99,2 % de las empresas renovadas y las micro y pequeñas el 97,6 %, según los análisis Entre enero - septiembre de 2022 en Bogotá y los 59 municipios de la jurisdicción de la CCB aumento el número total de microempresas que se renovaron con respecto a igual período de 2021 en 7,3 % al pasar de 363.101 a 360.539 empresas. En comparación con el mismo período del 2023 el total de pequeñas empresas renovadas 0,0 %, las medianas 0,3 % y las grandes empresas renovadas disminuyeron su número en -0,5 %.[4]

Evolución de las empresas renovadas entre 2019 y 2023 para el período enero – diciembre por tamaño de la empresa

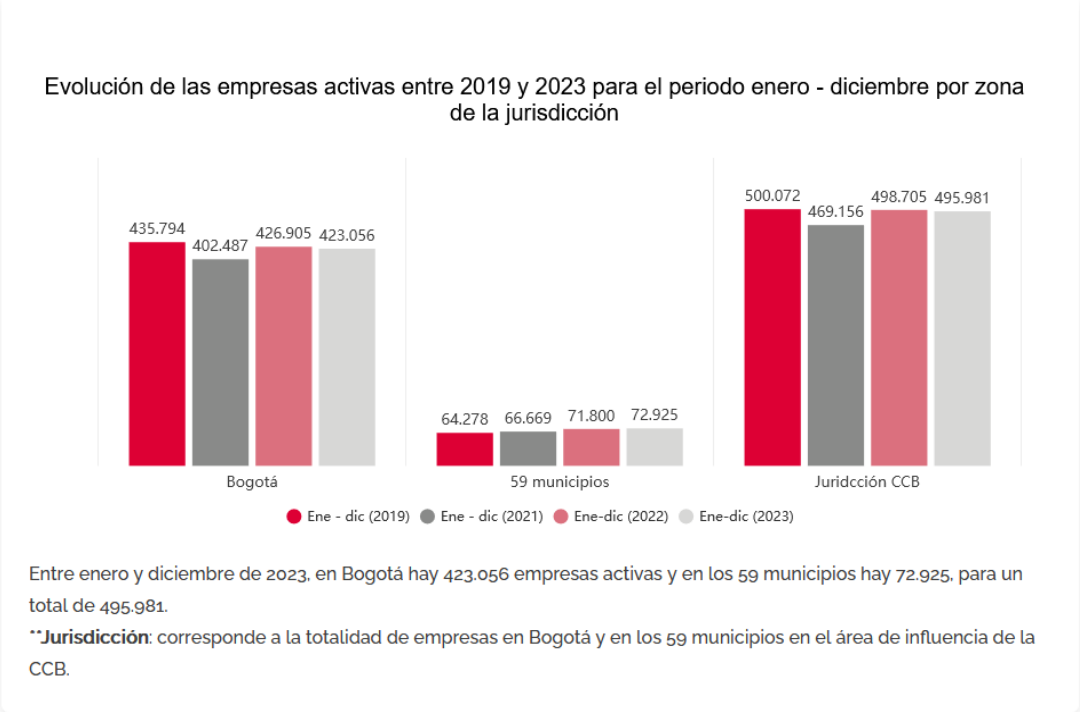
Tamaño	(2021)	(2022)	(2023)	Variación 2021 - 2023	Variación 2022 - 2023
Microempresa	352.647	377.370	375.918	6,6%	-0,4%
Pequeña	22.268	22.242	24.832	11,5%	11,6%
Mediana	6.169	6.175	7.273	17,9%	17,8%
Grande	2.945	2.923	3.399	15,4%	16,3%
Total	**384.029**	**408.710**	**411.422**	**7,1%**	**0,7%**

[3] https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/dinamica-empresarial/en-el-primer-semestre-de-2024-en-bogota-se-crearon-37715-empresas#:~:text=En%20el%20primer%20semestre%20de%202024%20en%20Bogot%C3%A1%20se%20crearon%2037.715%20empresas,-19/07/2024&text=El%20tejido%20empresarial%20de%20Bogot%C3%A1,2023%2C%20cuando%20se%20reportaron%20359.087.

[4] https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial/EMPRESAS-RENOVADAS-Las-MiPymes-representan-el-99-2-de-las-empresas-renovadas-y-las-micro-y-pequenas-el-97-6

✓ **EMPRESAS ACTIVAS**

El número de empresas activas en una región es un indicador de su fortaleza económica y un factor determinante para ampliar la capacidad de crecer, generar empleo e ingresos. En esta sección se analizan las características de la dinámica empresarial de la región Bogotá – Cundinamarca en los temas de: localización, tamaño, sector económico, localidad y organización jurídica.



Entre enero y diciembre de 2023, en Bogotá hay 423.056 empresas activas y en los 59 municipios hay 72.925, para un total de 495.981.

**Jurisdicción: corresponde a la totalidad de empresas en Bogotá y en los 59 municipios en el área de influencia de la CCB.

✓ **EMPRESAS CREADAS**

Evolución de las empresas creadas entre 2019 y 2023 para el periodo enero – diciembre por tamaño de la empresa

Tamaño	(2021)	(2022)	(2023)	Variación 2021 - 2023	Variación 2022 - 2023
Microempresa	84.677	89.893	84.437	-0,3%	-6,1%
Pequeña	375	59	76	-79,7%	28,8%
Mediana	52	26	28	-46,2%	7,7%
Grande	23	17	18	-21,7%	5,9%
Total	**85.127**	**89.995**	**84.559**	**-0,7%**	**-6,0%**

Entre los meses de enero y diciembre de 2023, comparado con el período enero – diciembre de 2022, disminuyó en -6,1 % el número de microempresas creadas en Bogotá y en los 59 municipios de la jurisdicción, y aumentaron en 28,8 % las pequeñas empresas, en 7,7 % el número de medianas empresas y en 5,9 % las grandes empresas creadas en la CCB.

En la región que conforman Bogotá y Cundinamarca se crea el 28% de las empresas de Colombia (RUES, 2021), por lo que esta región es el centro del emprendimiento del país. En esta sección se analizan las características de la dinámica de creación de empresas en los temas de: localización, tamaño, sector económico, localidad y organización jurídica.

Tamaño	Manufactura	Servicios	Comercio
Microempresa	Hasta 23.563 UVT	Hasta 32.988 UVT	Hasta 44.769 UVT
Pequeña empresa	Desde 23.563 UVT hasta 204.995 UVT	Desde 32.988 UVT hasta 131.951 UVT	Desde 44.769 UVT hasta 431.196 UVT
Mediana empresa	Desde 204.995 UVT hasta 1.736.565 UVT	Desde 131.951 UVT hasta 483.034 UVT	Desde 431.196 UVT hasta 2.160.692 UVT

De otra parte, según Confecamaras, asegura que informa sobre como los sectores económicos se desempeñan en la creación de empleos, y que porcentaje corresponde a mujeres ocupadas en cargos directivos.

“Según cifras del RUES, el 52,2% de las empresas creadas entre enero y diciembre de 2023 se constituyeron creando al menos un empleo. De estas empresas, el 40% tiene mujeres dentro de su planta de personal y el 9% tiene mujeres ocupando cargos directivos.

Entre los sectores más dinámicos en creación de empleo se encuentran comercio, alojamiento y servicios de

comida, industrias manufactureras, actividades profesionales, científicas y técnicas y construcción, los cuales explican el 76,5% de la participación total del número de nuevas empresas empleadoras".

De acuerdo con el tamaño de la empresa medido por el valor de sus activos, se evidencia que el conjunto de nuevas unidades productivas está conformado principalmente por microempresas (99,5%), seguido por las pequeñas empresas (0,4%) y el restante se encuentra en las medianas y grandes empresas (0,03%).

"La creación de microempresas creció en 10,6% con respecto a 2020, al pasar de 276.891 a 306.140. Las pequeñas empresas crecieron 9,1%, al pasar de 1.328 a 1.449. Las medianas empresas evidenciaron crecimiento del 1,5% al pasar de 68 a 69 unidades productivas nuevas en 2021. Finalmente, las grandes empresas

4.2.1 MIPYMES – (MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA)

De acuerdo a lo establecido en la Ley 2069 de 2020 *"POR MEDIO DE LA CUAL SE IMPULSA EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA",* para el presente proceso la Adres realiza el siguiente análisis:

De conformidad con la Ley 590 del 2000 Se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que para ser reconocida como Mipymes tienen que cumplir los siguientes parámetros

- Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

En ese sentido, para el presente análisis, se tomó como base la información reportada por la Superintendencia de Sociedades a través del "Sistema Integrado de Información Societaria"[51], en donde para establecer la característica de Mipymes se tomó el valor total reportado por estas empresas, en sus estados financieros como "activos totales" y el salario mínimo fijado por el Gobierno nacional para el año 20xx, según el siguiente cuadro:

SALARIO MINIMO 2023	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
$1.160.000	No superior a 10 trabajadores	Entre 11 y 50 Trabajadores	Entre 51 y 200 Trabajadores
	Valor inferior a 500 SMMLV / excluida vivienda	Entre 501 y menos de 5.000 SMMLV	Entre 100.000 a 610.000 UVT

4.2.1.2. MIPYMES QUE PRESTAN EL SERVICIO

NOMBRE	NIT	TAMAÑO
HAROLD ZEA & ASOCIADOS SAS	830047108	mediana
ADD MEDIA SAS	900411670	mediana
ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	830136865	mediana
DIARIO NACIONAL	60523528	mediana
BIG MEDIA PUBLICIDAD SAS	900663951	mediana
SERVIMEDIOS	800045878	mediana
ACCESO DIRECTO	830082553	microempresa
4 PODER OR COMUNICACIONES	901132402	microempresa

4.2.2. EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES Y ROVISIÓN DE BIENES O SERVICIOS POR PARTE DE ALGUNO O ALGUNOS DE LOS SIGUIENTES SUJETOS DE ESPECIAL PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL (*población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación, víctimas de conflicto armado interno, mujeres cabeza de hogar, adultos mayores, personas en condición de discapacidad, así como la población de las comunidades indígena, negra, afrocolombiana, raizal, palanquera, rrom o gitana)*

Ahora bien, en cuanto al fomento de la ejecución de contratos estatales por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reincorporación a la sociedad; y sujetos de especial protección constitucional se pudo constatar que en el mercado no hay empresas con estas características que puedan prestar el servicio que requiere la entidad de acuerdo con el objeto y al alcance de las obligaciones. Considerando el monto del proceso contractual y las condiciones financieras reportadas por las empresas, que sirve de base para la determinación de los indicadores financieros habilitantes, se identifica como posibles oferentes a las grandes empresas, sin que ello implique la restricción para que las Pymes participen bajo esquemas asociativos (Consorcio o Unión Temporal). Así las cosas, a pesar de la importante reducción registrada en el número de empresas de gran tamaño para la vigencia 2020, es posible establecer que existe un nivel adecuado de posibles oferentes que permitan desarrollar el objeto contractual en los términos establecidos por la Entidad.

No obstante, la ADRES con la finalidad de dar cumplimiento al artículo 31 de la Ley 2069 de 2020 establece el deber de las entidades de incluir en los documentos de los procesos de contratación, requisitos diferenciales y puntajes adicionales, en función del tamaño empresarial para la promoción del acceso de las MiPymes al mercado de compras públicas. En línea los artículos 2.2.1.2.4.2.18., 2.2.1.2.4.2.15. y 2.2.1.2.4.2.16. que adicionan la Subsección 2 de la Sección 4 del Capítulo 2 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1082 de 2015, los cuales establecen medidas amativas para incentivar la participación de las mujeres y MiPymes en el sistema de compras públicas, así como fomentar la ejecución de contratos estatales por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional; dentro de la Solicitud de información a proveedores solicito la información que corresponde, con la finalidad de recopilar información veraz por parte de los proveedores

2 DETERMINACIÓN DE CRITERIOS DIFERENCIALES PARA MIPYME EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES

El artículo 31 de la Ley 2069 de 2020 establece el deber de las entidades de incluir en los documentos de los procesos de contratación, requisitos diferenciales y puntajes adicionales, en función del tamaño empresarial para la promoción del acceso de las MiPymes al mercado de compras públicas. En línea los artículos 2.2.1.2.4.2.18., 2.2.1.2.4.2.15. y 2.2.1.2.4.2.16. que adicionan la Subsección 2 de la Sección 4 del Capítulo 2 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1082 de 2015, los cuales establecen medidas amativas para incentivar la participación de las mujeres y MiPymes en el sistema de compras públicas, así como fomentar la ejecución de contratos estatales por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional

Por lo anterior, y para el cumplimiento de lo citado, por favor dar respuesta a las siguientes preguntas:

¿Su empresa, asociación o cooperativas corresponde a un Emprendimiento y/o empresa de mujeres domiciliada en Colombia?

SI ☐ **NO** ☐

¿Su empresa tiene la calidad de MiPymes?

SI ☐ **NO** ☐

¿Su empresa, destinara para la ejecución del objeto contractual descrito anteriormente, la provisión de bienes o servicios por parte de alguno o algunos de los siguientes sujetos de especial protección constitucional: población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación, víctimas de conflicto armado interno, mujeres cabeza de hogar, adultos mayores, personas en condición de discapacidad, así como la población de las comunidades indígena, negra, afrocolombiana, raizal, palanquera, Rrom o gitana, entre otros sujetos identificados por la Ley o la jurisprudencia de esta manera.?

SI ☐ **NO** ☐

El único proveedor que presento cotización solo respondió afirmativamente a la pregunta de si ostentaba la calidad de mi pyme.

5 ESTUDIO DE MERCADO[6]

- **SOLICITUD DE INFORMACIÓN A PROVEEDORES**

Para la realización del correspondiente estudio de mercado es, usualmente conveniente, un análisis de los diferentes precios de los servicios a contratar que se registran en el mercado, los cuales fueron consultados mediante el mecanismo de Solicitud de Información a Proveedores, ADRES-SIP- 037-2024 -publicada el 26 de septiembre de 2024 vía plataforma SECOP II, resultado de lo anterior no se presentó ningún proponente

Ahora bien, teniendo en consideración que no se presentó esta cotización, la ADRES mediante correo electrónico solicitó a las diferentes empresas asociadas al sector en el cual se enmarca esta contratación, cotizaciones con el fin de establecer la mejor opción en cuanto a los precios ofertados, encontrando lo siguiente:

EL NUEVO SIGLO:

Nit. 804.010.934-3

Bucaramanga, Noviembre 07 de 2024

Señores
Grupo de control de Recaudo y Fuentes de financiamiento
Paula Andrea Pinzon Ospina
paula.pinzon@adres.gov.co

REFERENCIA PROPUESTA PUBLICITARIA

Nuestra empresa **PERIODICOS Y PUBLICACIONES S.A** se permite presentar a usted propuesta publicitaria para la publicación en el DIARIO NUEVO SIGLO Aviso de Fallecimiento.

COTIZACION 1 (PUBLICACION DE LUNES A SABADO)

Contratar la prestación del servicio de publicación en un diario impreso de alta circulación y cobertura nacional en cumplimiento a lo establecido en el artículo 115 del Decreto 019 de 2012 y demás publicaciones que requiera la entidad				
REFERENCIA	**EDICTO**	**VALOR ANTES IVA**	**IVA**	**VALOR TOTAL**
Impresión Tintas	Blanco y negro B/N	$ 360.000	N/A	$ 360.000
Dia de la Publicación	Circulación Nacional – lunes a sábado y/o domingo			
Posición del aviso	Clasificados avisos de ley -Judiciales			
Tamaño	2 columnas (5.2 Cm de Ancho) X 4.5 cm de Alto			

COTIZACION 2 (PUBLICACION DIA DOMINGO)

Contratar la prestación del servicio de publicación en un diario impreso de alta circulación y cobertura nacional en cumplimiento a lo establecido en el artículo 115 del Decreto 019 de 2012 y demás publicaciones que requiera la entidad.				
REFERENCIA	**EDICTO**	**VALOR ANTES IVA**	**IVA**	**VALOR TOTAL**
Impresión Tintas	Blanco y negro B/N	$ 450.000	N/A	$ 450.000
Dia de la Publicación	Circulación Nacional – domingo			
Posición del aviso	Clasificados avisos de ley -Judiciales			
Tamaño	2 columnas (5.2 Cm de Ancho) X 4.5 cm de Alto			

EL TIEMPO COTIZACION **1 (PUBLICACION DIA VIERNES O SABADO)**

COTIZACION 1 (PUBLICACION DE LUNES A SABADO)

Contratar la prestación del servicio de publicación en un diario impreso de alta circulación y cobertura nacional en cumplimiento a lo establecido en el artículo 115 del Decreto 019 de 2012 y demás publicaciones que requiera la entidad.				
REFERENCIA	**EDICTO**	**VALOR ANTES IVA**	**IVA**	**VALOR TOTAL**
Impresión Tintas	**Blanco y negro B/N**			
Dia de la Publicación	**Circulación Nacional – lunes a sábado y/o domingo**			
Posición del aviso	**Clasificados avisos de ley -Judiciales**			
Tamaño	**2 columnas (5.2 Cm de Ancho) X 4.5 cm de Alto**	**830.000**	**157.700**	**987.700**

COTIZACION 2 (PUBLICACION DIA DOMINGO)

Contratar la prestación del servicio de publicación en un diario impreso de alta circulación y cobertura nacional en cumplimiento a lo establecido en el artículo 115 del Decreto 019 de 2012 y demás publicaciones que requiera la entidad.				
REFERENCIA	**EDICTO**	**VALOR ANTES IVA**	**IVA**	**VALOR TOTAL**
Impresión Tintas	**Blanco y negro B/N**			
Dia de la Publicación	**Circulación Nacional – domingo**			
Posición del aviso	**Clasificados avisos de ley -Judiciales**			
Tamaño	**2 columnas (5.2 Cm de Ancho) X 4.5 cm de Alto**	**989.244**	**187.956**	**1.177.200**

EL ESPECTADOR

COTIZACION (PUBLICACION DE LUNES A DOMINGO)

Contratar la prestación del servicio de publicación en un diario impreso de alta circulación y cobertura nacional en cumplimiento a lo establecido en el artículo 115 del Decreto 019 de 2012 y demás publicaciones que requiera la entidad.

REFERENCIA	EDICTO	VALOR ANTES IVA	IVA	VALOR TOTAL
Impresión Tintas	Blanco y negro B/N	$544.500	$103.455	$647.955
Dia de la Publicación	Circulación Nacional – lunes a sábado y/o domingo			
Posición del aviso	Clasificados avisos de ley -Judiciales			
Tamaño	2 columnas (5.2 Cm de Ancho) X 4.5 cm de Alto *			

OBSERVACIONES:

- *2 columnas nuestras en clasificados equivalen a 8,3 cms de ancho.
- La cotización para edición dominical tiene el mismo valor que para lunes a sábado, debido a que en la sección clasificados no manejamos recargo para publicacion en día domingo.

Agradezco su compresión y quedo atenta a cualquier inquietud.

Cordialmente,

EL ESPECTADOR

Francy Piedad Rodríguez Poveda
Ejecutiva de Publicidad
frodriguez@elespectador.com Bogotá
313 207 90 03

Así las cosas, la ADRES realiza el análisis de las diferentes cotizaciones presentadas y se logra establecer lo siguiente:

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	El TIEMPO Cotización 1	El Espectador Cotización 1	EL NUEVO SIGLO cotización 1
		VALOR INCLUIDO IVA	VALOR INCLUIDO IVA	VALOR INCLUIDO IVA
Publicación en un diario impreso de alta circulación y cobertura nacional en cumplimiento a lo establecido en el artículo 115 del Decreto 019 de 2012 y demás publicaciones que requiera la entidad.	Publicación de Edictos	**$987.700,00**	**$ 647.955**	**$360.000**
VALOR TOTAL ESTIMADO		**$987.700,00**	**$647.955**	**$360.000**

Ahora bien, el número de datos que compone la muestra incide significativamente en la calidad del análisis de la información, entre mayor información puede recoger la Entidad Estatal, mayor es la confianza en las conclusiones del análisis pues la muestra comprende una mejor representación del comportamiento de la variable objeto de estudio, para el caso que nos atañe la muestra comprende pocos datos, las conclusiones del comportamiento de los precios son deficientes o atípicos pues el sector no está suficientemente representado y cabe la posibilidad que los datos disponibles se muestren como datos típicos, cuando realmente no lo son, por lo anterior se procedió a no tener en cuenta los valores mínimos y máximos registrados en las cotizaciones allegadas.

Para el caso del presente proceso de selección se utilizó como medida de tendencia central para estimar el PRESUPUESTO OFICIAL ESTIMADO el promedio puesto que nos arroja una buena aproximación cuando se observan datos atípicos, adicionalmente se incluyó el valor arrojado en el proceso del año inmediatamente anterior (ADRES-MC-004-2023), arrojando los siguientes resultados:

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	El Espectador Cotización 1	EL NUEVO SIGLO cotización 1	CTO 571-2023 P& P	PROMEDIO
		VALOR INCLUIDO IVA	VALOR INCLUIDO IVA	VALOR INCLUIDO IVA	VALOR INCLUIDO IVA
Publicación en un diario impreso de alta circulación y cobertura nacional en cumplimiento a lo establecido en el artículo 115 del Decreto 019 de 2012 y demás publicaciones que requiera la entidad.	Publicación de Edictos	**$647.955**	**$360.000**	**$ 200.000**	**$ 336.652**

Con estos resultados y para el caso del presente proceso de selección se utilizó como medida de tendencia central para estimar el **PRESUPUESTO OFICIAL ESTIMADO** el valor obtenido en **PROMEDIO,** teniendo en cuenta que es el menor valor que podría garantizar la participación de al menos un proponente que manifestó interés en el proceso de contratación, mediante los correos electrónicos remitidos a la Entidad.

Por lo anterior, se determina que el valor total del presupuesto es de **COP 5.000.000** y el valor mínimo aceptable por publicación de **COP 402.652**, incluido IVA y todos los costos directos e indirectos y los impuestos, tasas y contribuciones que conlleve la celebración y total ejecución del contrato.

No obstante, durante la ejecución del contrato, la cantidad aproximada de publicaciones, puede variar, por cuanto las cantidades definitivas dependen de la cantidad de beneficiarios que no reportaron la documentación requerida para la reprogramación del recursos dentro de los 30 días conforme con lo establecido en el artículo 115 del Decreto 019 de 2012, cantidad que es imposible calcular con precisión, en todo caso, el valor final del contrato estará sujeto al número total de publicaciones efectivamente realizadas con sus respectivos soportes para la presente vigencia.

RANGEL QUINTERO CARMEN ROCIO

Firmado digitalmente por RANGEL QUINTERO CARMEN ROCIO
Fecha: 2024.11.19 16:19:37 -05'00'

CARMEN ROCIO RANGEL QUINTERO
DIRECCION DE GESTION DE LOS RECURSOS FINANCIEROS DE SALUD

Proyectó: Paula.P
Revisó: Laura P. Grupo de Gestión Contractual