ESTUDIO DEL SECTOR	
Fecha:	29 de septiembre de 2025
Dependencia Solicitante:	SECRETARIA DE HACIENDA
Objeto a contratar	SERVICIO DE PUBLICIDAD A TRAVES DE MEDIOS DE COMUNICACION VISUAL ALTERNATIVOS, COMO APOYO A LA ESTRATEGIA DE BENEFICIOS POR MATRICULAR Y RADICAR, VEHICULOS EN EL DEPARTAMENTO DEL META

Con el fin de dar cumplimiento a lo establecido en el Decreto 1082 de 2015 en el **Artículo 2.2.1.1.1.6.1. 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 las perspectivas legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso" y tomando como orientación la "Guía de Elaboración de Estudio del Sector –GEES –Versión 2" de Colombia Compra Eficiente, la entidad, después de identificar su necesidad, debe definir e investigar el sector al cual pertenece el bien o servicio requerido, las condiciones del mismo para poder identificar los requisitos habilitantes, para lo cual debe tener en cuenta las siguientes áreas:

A. Aspectos generales del mercado

El sector de la publicidad, como instrumento para la expansión de las ventas, constituye una de las más importantes actividades que ha de desarrollar la empresa moderna, y contribuye, en gran medida, a su crecimiento, al aumentar la demanda de sus productos y al ampliar con ello su participación en el mercado. Este esfuerzo de las empresas, apoyado por un alto índice de inversión en publicidad, estimula la competencia y, a la vez, impulsa a estas empresas a incrementar la calidad y el volumen de su oferta y, como efecto directo, tiende a estimular el crecimiento económico en general para todos los sectores. Desde este punto de vista empresarial, la publicidad o comunicación comercial aporta valor y, en algunos casos, llega a sustituir y hasta complementar otros factores carenciales de la empresa. En determinados sectores se ha convertido en una verdadera economía de escala, al determinar la viabilidad a largo plazo de otras inversiones muy importantes.

Está compuesto principalmente por agencias de publicidad y marketing (promoviendo desde estrategias de marca y campañas plucitarias, hasta marketing digital, SEO, redes sociales y desarrollo web), medios de comunicación (televisión, radio, internet, medios impresos, plataformas digitales), profesionales creativos y técnicos (diseñadores gráficos, redactores, publicistas y editores), y competidores indirectos como las redes sociales e influencers, además de las propias empresas que desarrollan plataformas y herramientas para análisis de datos, automatización de marketing y gestión de campañas digitales.

ECONÓMICO

La actividad económica de producción y distribución de bienes y servicios son muy diversas y las realizan las empresas o el sector público. Dada la gran variedad de ls mismas tradicionalmente se han agrupado en tres categorías o sectores económicos, según otros criterios, clasifican en cuatro los sectores de la producción también llamados sectores de ocupación que a su vez pueden subdivide en sectores parciales por actividad. Estos sectores están interrelacionados y se necesitan mutuamente.
Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

- **Sector primario o sector agropecuario:** Que comprende aquellas actividades relacionadas directamente con los recursos naturales sin que estos se transformen, dedicadas solamente al desarrollo de los mismos. Incluye la agricultura, la ganadería, la pesca, la caza, etc.

- **Sector secundario o sector industrial:** que abarca todas las actividades que transforman físicamente las materias primas o bienes en otros más aptos para el consumo. Estas actividades fabriles son muy diversas: energía, textil, metal, maquinaria, química, electrónica, automóvil, etc.

- **Sector terciario o sector de servicios**: Que engloba al resto de actividades no incluidas en las categorías anteriores, caracterizadas por proporcionar la prestación de servicios, ya que no produce bienes, sino servicios: comercio, sociales, culturales, enseñanza, sanidad, transporte, información y comunicación, turismo, banca, servicios profesionales, el gobierno, etc.

- **Sector cuaternario**: produce servicios altamente intelectuales tales como investigación, desarrollo, innovación e información.

La actividad económica asociada al objeto de la presente contratación se encuentra dentro del sector terciario o de servicios que comprometen todas las actividades económicas que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía y la sociedad en sí misma. Las actividades que conforman el sector no siempre generan un producto tangible, medible y cuantificable pero sí crean un impacto en la economía y en la sociedad que se ve reflejado en indicadores económicos y sociales como la inflación el desempleo el PIB nacional.

De acuerdo con la clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económica (CIIU) se tendrá en cuenta el código CIIU es el 7310, que abarca todas las actividades de publicidad, incluyendo la creación, producción y difusión de campañas y materiales publicitarios por distintos medios.

Teniendo en cuenta que el sector servicios se divide en subsectores, el presente proceso contractual hace parte del subsector denominado publicidad.

1. **Servicios incluidos dentro del sector:**

   En el sector de la publicidad en Colombia se incluyen una variedad de servicios y productos, entre los que destacan los servicios de creación y colocación de publicidad, la venta o arrendamiento de espacios publicitarios (físicos y digitales), el marketing promocional y de merchandising, así como la producción de materiales promocionales tecnológicos (como pendrives o power banks), y la publicidad aérea.

2. **Agente que componen el sector:** teniendo en cuenta los servicios necesarios para cumplir con el objeto contractual se encuentran los siguientes agentes económicos en relación con el sector:

   - **Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)**: es el ente encargado de velar por el buen funcionamiento de los mercados a través de la vigilancia y la protección del libre

competencia económica de los derechos de los consumidores, el cumplimiento de aspectos concernientes con metrología legal y reglamentos técnicos la actividad valuadora del país y la gestión de las cámaras de comercio y responsable por la protección de los datos personales administrar y promover el sistema de propiedad industrial y dirimen las controversias que se presentan ante las afectaciones de derechos particulares relacionados con la protección del consumidor asunto de competencia desleal y derechos de propiedad industrial.

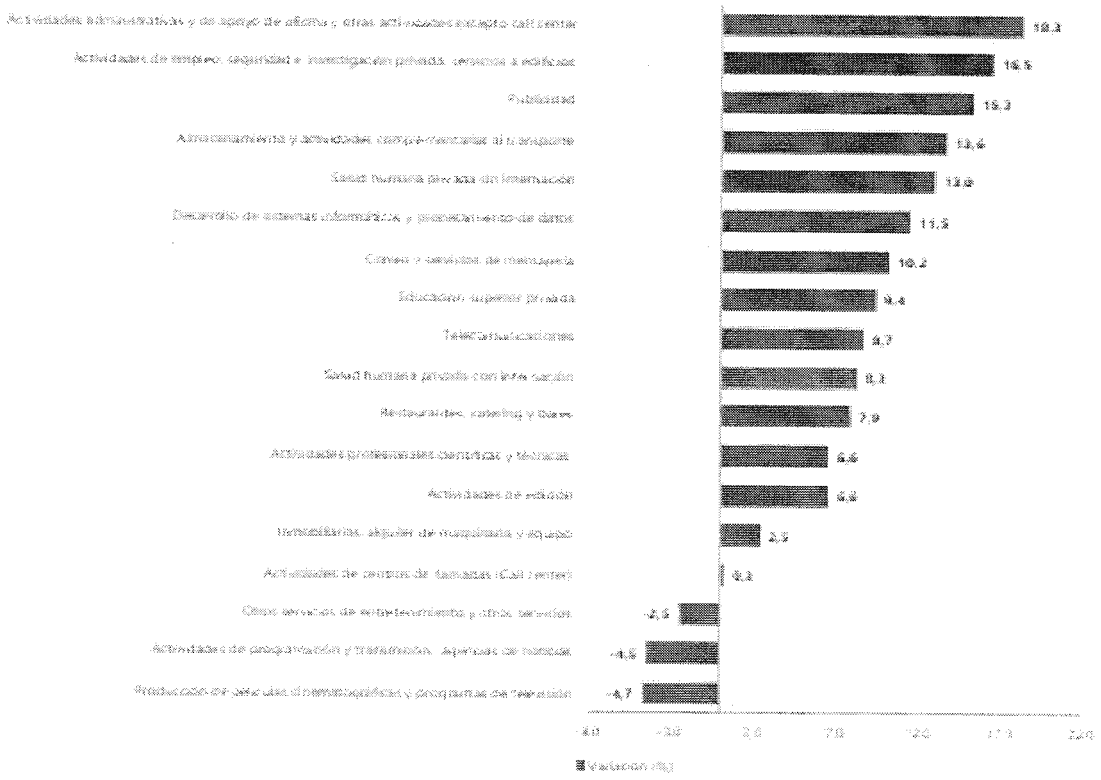
- **Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC):** La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) es la entidad técnica del Estado colombiano que expide las reglas y normas para los mercados de servicios de comunicaciones (internet, telefonía, televisión y radio)

3. Gremios y asociaciones que participan en el sector: dentro de los subsectores económicos que se relacionan con el objeto contractual se encuentra los siguientes gremios y asociaciones.

    - UCEB (Unión Colombiana de Empresas Publicitarias)
    - ANDA (Asociación Nacional de Anunciantes)
    - ASOMEDIOS (Asociación Nacional de Anunciantes)

4. **Cifras totales de ventas:** de acuerdo con el boletín técnico de la encuesta mensual de servicios (EMS). En julio de 2025, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con julio de 2024.

Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios total nacional. Julio 2025[p] / Julio 2024:

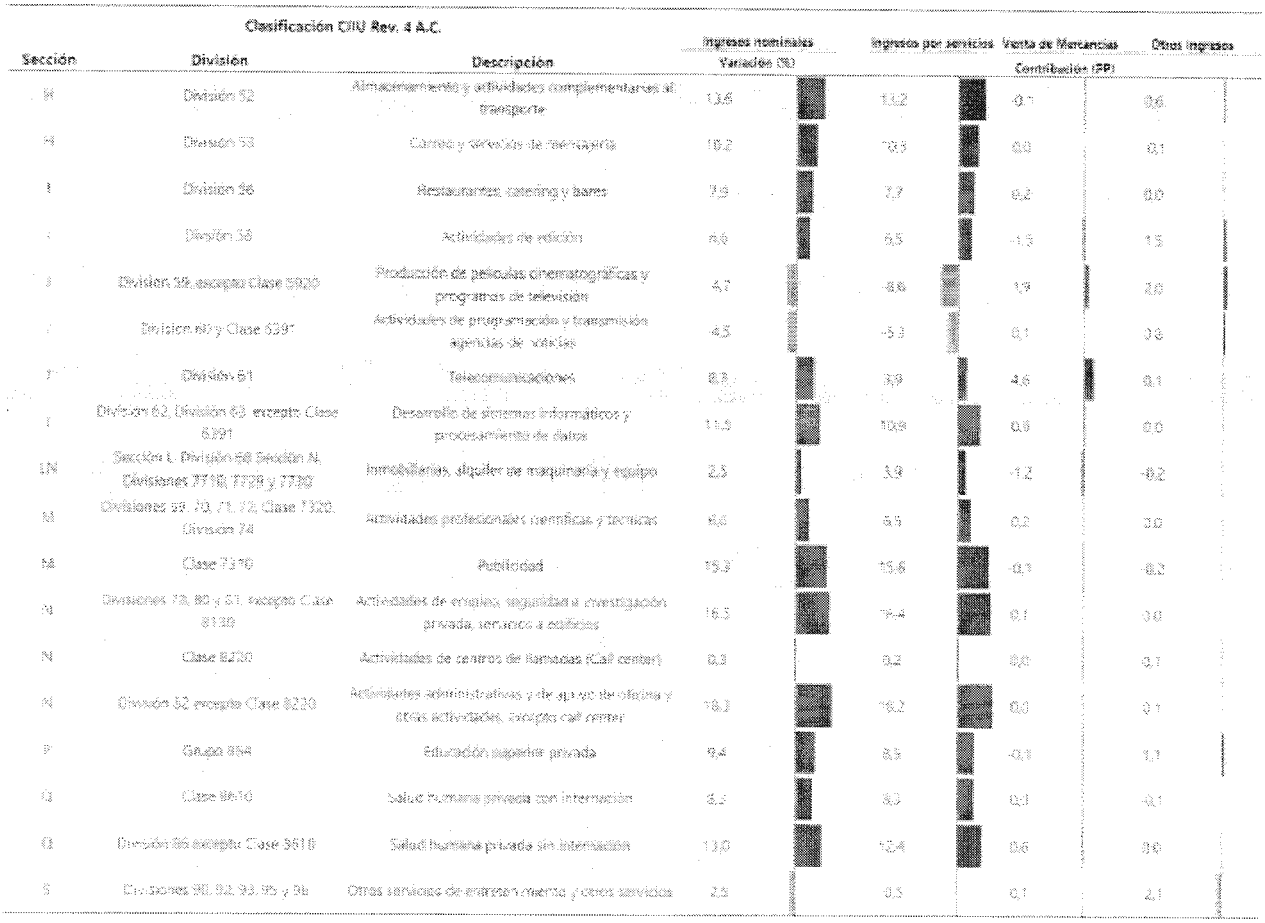


Fuente: DANE, EMS.
[p] Cifra provisional

Los subsectores que mayor incremento en sus ingresos nominales presentaron fueron: Almacenamiento y actividades complementarias excepto call center 18.3%, actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios 16.5%, Publicidad 15.3%, Almacenamiento y actividades complementarias al transporte 13,6%, Salud humana privada sin internación 13,0. :

Así mismo se observa en la gráfica siguiente:

Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios total nacional Julio[p] 2025 / Julio 2024:



Sección	División	Descripción	Ingresos nominales Variación (%)	Ingresos por servicios	Venta de Mercancías Contribución (PP)	Otros ingresos
H	División 52	Almacenamiento y actividades complementarias al transporte	13,6	13,2	-0,7	0,6
H	División 53	Correo y servicios de mensajería	10,2	10,3	0,0	0,1
I	División 56	Restaurantes, catering y bares	7,9	7,7	0,2	0,0
J	División 58	Actividades de edición	6,0	6,5	-1,5	1,5
J	División 59, excepto Clase 5920	Producción de películas cinematográficas y programas de televisión	4,7	6,6	1,9	0,0
J	División 60 y Clase 6391	Actividades de programación y transmisión agencias de noticias	-4,5	-5,3	0,1	0,6
J	División 61	Telecomunicaciones	8,3	3,9	4,6	0,1
J	División 62, División 63, excepto Clase 6391	Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos	11,5	10,9	0,6	0,0
LN	Sección L, División 68 Sección N, Divisiones 7710, 7729 y 7730	Inmobiliarios, alquiler de maquinaria y equipo	2,5	3,9	-1,2	-0,2
M	Divisiones 69, 70, 71, 72, Clase 7320, División 74	Actividades profesionales científicas y técnicas	6,6	6,5	0,2	0,0
M	Clase 7310	Publicidad	15,3	15,6	-0,1	-0,2
N	Divisiones 78, 80 y 81, excepto Clase 8130	Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios	16,3	15,4	0,1	0,8
N	Clase 8220	Actividades de centros de llamadas (Call center)	0,3	0,2	0,0	0,1
N	División 82 excepto Clase 8220	Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades, excepto call center	16,3	16,2	0,0	0,1
P	Grupo 854	Educación superior privada	9,4	8,3	-0,1	1,1
Q	Clase 8610	Salud humana privada con internación	8,3	8,3	0,1	-0,1
Q	División 86 excepto Clase 8610	Salud humana privada sin internación	13,0	12,4	0,6	0,0
S	Divisiones 90, 92, 93, 95 y 96	Otros servicios de esparcimiento y otros servicios	2,5	0,5	0,1	2,1

Fuente: DANE, EMS.

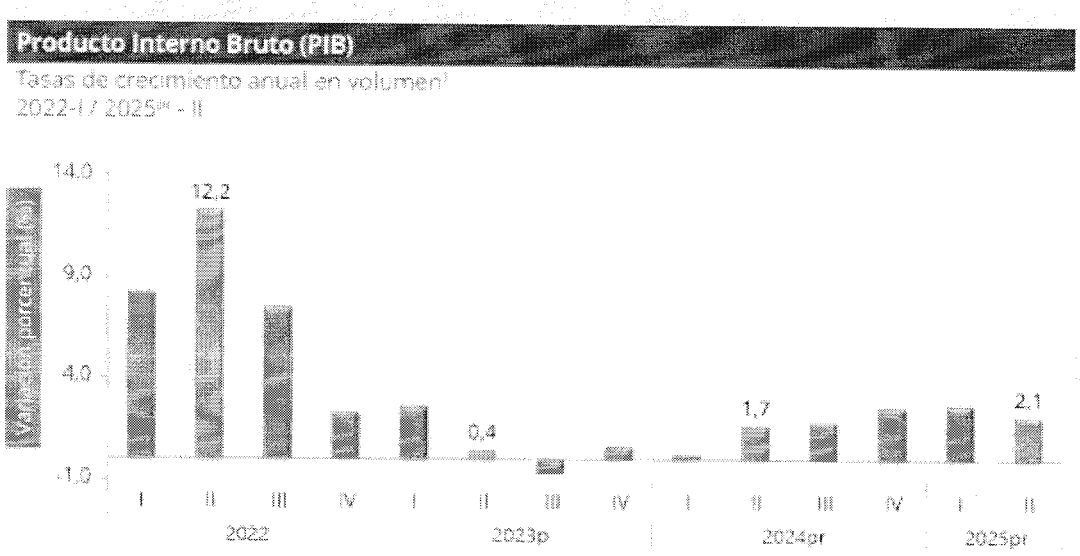
En julio de 2025, quince de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con julio de 2024.

5. Perspectiva de crecimiento, inversión y ventas:

De acuerdo con la información publicada en el DANE se presenta a continuación los principales indicadores económicos alrededor del sector:

Información segundo trimestre 2025pr

En el segundo trimestre de 2025pr, el Producto Interno Bruto en su serie original crece 2,1% respecto al mismo periodo de 2024pr



Fuente: DANE, PIB_T
1/ Series originales encadenadas de volumen con año de referencia 2015
pr: preliminar
p: provisional

En el segundo trimestre de 2025, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,1% respecto al mismo periodo de 2024 y las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 5,6% (contribuye 1,1 puntos porcentuales a la variación anual).
- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crece 3,8% (contribuye 0,4 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 1,8% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2025pr-II / 2024pr-II	2025pr / 2024pr	2025pr-II / 2025pr-I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,8	5,3	1,5
Explotación de minas y canteras	-10,2	-7,6	-5,1
Industrias manufactureras	0,9	1,1	1,0
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[3]	0,9	-0,3	1,0
Construcción	-3,5	-3,3	-0,1
Comercio al por mayor y al por menor[3]	5,6	4,8	0,03
Información y comunicaciones	3,0	1,8	2,3
Actividades financieras y de seguros	2,8	3,0	0,8
Actividades inmobiliarias	2,0	2,0	0,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	1,5	1,3	0,7
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	1,8	2,7	-0,04
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	7,5	11,4	-2,4
Valor agregado bruto	**2,1**	**2,4**	**0,3**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,4	2,3	0,3
Producto Interno Bruto	**2,1**	**2,4**	**0,5**

Fuente: DANE, PIB T

6. Variable economica que pueden afectar el abastecimiento o los precios en el sector como inflacion, variacion del smmlv y la tasa de cambio.

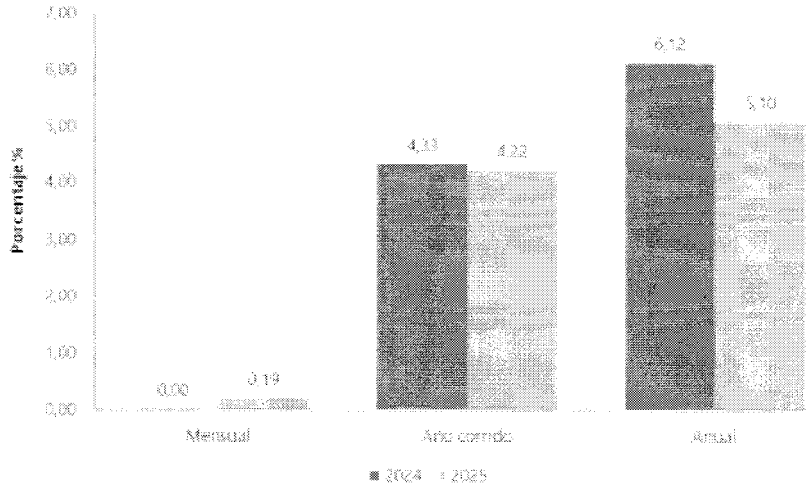
En el mes de agosto de 2025, el IPC registró una variación de 0,19% en comparación con julio de 2025, cinco divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,19%): Bebidas alcohólicas y tabaco (0,59%), Restaurantes y hoteles (0,49%), Salud (0,46%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,45%) y por último, Bienes y servicios diversos (0,44%). Por debajo se ubicaron: Educación (0,13%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,06%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,05%), Prendas de vestir y calzado (-0,02%), Transporte (-0,03%), Información y comunicación (-0,15%) y por último, Recreación y cultura (-0,30%).

IPC variaciónes total Nacional agosto 2024 - 2025

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Agosto 2025

Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Agosto 2024 - 2025



Fuente: DANE, IPC.

7. Cadena de Producción y distribución: Al ser el presente Estudios de Sector la prestación de un servicio, NO APLICA una cadena de producción y distribución.

8. Materias Primas necesarias para la producción y la variación de sus precios: Al ser el presente estudio de sector la prestación de un servicio, No APLICA, el análisis de las materias primas para la producción y variación de los precios, sin embargo, se hace la aclaración que durante la ejecución del contrato.

9. Dinámica de Importaciones, Exportaciones y Contrabando, en caso de que aplique: Al ser el presente estudio de Sector la Prestación de un Servicio, NO APLICA, el análisis de la dinámica de importaciones, exportaciones y contrabando

TÉCNICO:

Teniendo en cuenta que la Gobernación del Meta, lanza en agosto de 2025 una campaña "Llanero Hasta En La Placa" para incentivar a los propietarios de vehículos con placas de otras ciudades a trasladarlas al Departamento, ofreciendo beneficios como descuentos en el impuesto vehicular,

para promover el sentido de pertenencia llanero y fortalecer el territorio, la campaña ofrece descuentos del 60% al año siguiente del trámite, en el primer año de matrícula, 40% en el segundo, 30% en el tercero y descuento adicional por pronto pago; y así cumplir con los fines esenciales del estado, por lo que se hace necesario contratar un servicio de acuerdo a las siguientes especificaciones técnicas:

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
1	Pauta digital por dos (2) mes, de un cupo en una PANTALLA LED para exhibición de un spot o video de 10 segundos, con salida de 1.050 apariciones diarias, con alta resolución y brillo de 8.000 NITS, con un área de 12 x 3,6 Mts., para ser ubicada estratégicamente en el (Puente subnivel de la Av. 40, donde converge la entrada por la vía de Acacias y Puerto López) de la ciudad de Villavicencio	mes	2
2	Pauta digital por dos (2) meses, de un cupo en una PANTALLA LED para exhibición de un spot o video de 10 segundos, con salida de 1.050 apariciones diarias, con alta resolución y brillo de 8.000 NITS, con un área de 12 x 3,6 Mts., para ser ubicada estratégicamente en la Glorieta de la Grama de la ciudad de Villavicencio	mes	2
3	Suministro vinilo adhesivo con impresión digital full color con medidas de 0,80 x 1,50 mts, doble cara, más suministro de estructura rompe tráfico en tubo de 1 pulgada y tablón en MDF con medidas de 0,80 x 1,50 mts. Listo para Entregar en la ciudad de Villavicencio	UNI	15

Inicialmente, el ítem 2, objeto de cotización fue estimado para una duración de dos (2) meses y medio, conforme a las necesidades identificadas al momento de la planeación. No obstante, tras la revisión del cronograma de ejecución y considerando los tiempos administrativos requeridos para el proceso contractual, se determinó que la prestación del servicio o suministro solo podrá realizarse por un periodo efectivo de dos (2) meses.

Esta reducción en el tiempo de ejecución obedece a que el desarrollo del contrato, en caso de mantenerse el plazo inicial, superaría el cierre de la vigencia fiscal correspondiente al presente año, lo cual contravendría los principios de planeación y anualidad presupuestal establecidos en la normativa vigente.

En consecuencia, se ajusta el alcance del ítem 2; a dos (2) meses, con el fin de garantizar que la ejecución contractual se realice dentro del período presupuestal autorizado, sin afectar la correcta ejecución de los recursos ni los objetivos del contrato.

REGULATORIO

La Contratación Pública es el medio para lograr la consecución en el cumplimiento de los fines estatales, es imperioso que las entidades cuenten con instrumentos que les faculten lograr la selección adecuada de los contratistas que les permitirán la consecución de los mismos. Por ello, el propio estado ha expedido diferentes normas con el fin de brindar herramientas normativas que permitan la adecuada ejecución de los principios constitucionales que rigen los procesos contractuales.

El marco legal del proceso de selección que se adelanta está conformado por la Constitución Política, la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011, Decreto 1082 de 2015, Ley 1437 de 2011 o Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, Ley 1564

de 2012 o código General del Proceso, los Códigos civil y de Comercio, la ley 1882 del 15 de enero de 2018 y demás normas concordantes.

Es por ello, que, de acuerdo con el objeto del presente proceso contractual, es importante conocer y tener en cuenta las siguientes normas relacionadas con la prestación del servicio de publicidad prestado en Colombia:

- **Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)**: Entidad encargada de aplicar la Ley 1480 de 2011 y regular las actividades de publicidad que puedan afectar los derechos de los consumidores, como la publicidad engañosa.
- **Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria (Conarp)**: Emitido por la UCEP, establece un marco para la publicidad veraz, honesta y decente, protegiendo los derechos del consumidor, la propiedad industrial y el medio ambiente. Incluye secciones específicas para publicidad dirigida a niños, publicidad comparativa y de productos de salud, entre otros.
- **Ley 1480 de 2011 - Estatuto del Consumidor**: Regula las relaciones de consumo y protege los derechos de los consumidores frente a la publicidad, obligando a que sea clara, veraz y no engañosa.
- **Código de Publicidad y Comunicaciones de Marketing de la ICC**: Es una guía internacional de referencia para la publicidad responsable, promoviendo estándares de legalidad, honestidad, decencia y veracidad. Sirve como base para códigos de autorregulación en varios países.
- **Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) de la OMC**: Establece directrices internacionales para la elaboración de reglamentos técnicos, los cuales, al ser adoptados por los países, deben seguir estos lineamientos.
- **Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP)**: A través de su código de autorregulación, la UCEP promueve el cumplimiento de estos principios y la atención de reclamos por publicidad ilícita.

En resumen, las normas colombianas y los acuerdos internacionales establecen los estándares para una publicidad responsable, protegiendo al consumidor y garantizando la competencia leal, sin obstaculizar la creatividad en el sector.

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, entre otros. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en ellos documentos precontractuales del proceso, conforme lo dispone el articulo 5°. De la ley 18 d 1993 y en concordancia con el artículo 2 y 209 de la Constitución Política "De los fines del Estado" y "De la función administrativa del Estado", se optimizan los procesos y recursos en procura de mejorar los procedimientos y el actuar académico y administrativo de todas las dependencias de las Entidades Estatales.

B. Comportamiento del Gasto Histórico

La herramienta del Gasto Histórico hace parte del Modelo de Abastecimiento Estratégico en su fase de análisis de demanda, de su uso se obtiene información de gran utilidad para el estudio del sector.

Esta información sirve de referente para futuros Procesos de Contratación y provee información necesaria en cuanto a aspectos relacionados con: I) La relevancia de categorías de compras, II) los principales y potenciales proveedores, III) los históricos de precios, IV) la retroalimentación general del mercado, entre otros.

1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?

Una vez revisado el portal de contrataciones SECOP, se encontraron los siguientes procesos de contratación con igual o similar objeto:

PROCESO DE REFERENCIA 1:

PROCESO	GCSJ-MC-242-2023
ENTIDAD CONTRATANTES	GOBERNACION DEL META
No. CONTRATO	3951-2023
OBJETO:	MEJORAR LA INTERACCIÓN CON LA COMUNIDAD A TRAVÉS DE EMISIÓN DE VIDEO Y AUDIO EN VÍA STREAMING DE LAS METAS Y LOGROS REALIZADOS POR LA ADMINISTRACIÓN DEPARTAMENTAL ALCANZANDO MAYOR COMUNICACIÓN CON LOS METENSES
VALOR CONTRATO	$31.208.000,00
PLAZO DE EJECUCIÓN	**TÉRMINO Y LUGAR DE EJECUCIÓN.** El contrato tendrá un término de ejecución de Ocho (8) días, contados a partir de la firma del Acta de Inicio, previo el cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y legalización; **EL LUGAR** de ejecución del presente contrato será en los 29 municipios del departamento del Meta.
FORMA DE PAGO	**FORMA DE PAGO:** El Departamento del Meta desembolsará los dineros presupuestados para la presente contratación de la siguiente manera: 1. **PAGOS:** La Gobernación del Departamento del Meta pagará al contratista el valor de ejecución del contrato así: Un único pago por el valor total del contrato por la emisión de cuatro (4) programas en vivo vía streaming, previa certificación de cumplimiento por parte del supervisor del mismo y acreditación de que se encuentra a paz y salvo con los aportes al Sistema Integral de Seguridad Social.
GARANTIAS	**GARANTÍAS: EL CONTRATISTA** constituirá garantía que avale el cumplimiento de las obligaciones surgidas del contrato, la cual se mantendrá vigente durante la ejecución y liquidación y sus ajustes en los límites, exigencias y extensión del riesgo amparado. Las garantías consistirán en pólizas expedidas por compañías de seguros legalmente autorizadas para funcionar en Colombia. Para la ejecución del presente contrato se requiere de la aprobación de la garantía única que deberá amparar cada uno de los siguientes riesgos:

AMPARO	SUFICIENCIA	VIGENCIA (TÉRMINO)	APLICA - NO APLICA
Cumplimiento del Contrato	Por el Diez por ciento (10%) del valor total del contrato	Igual a su ejecución y cuatro (4) meses más	APLICA
Calidad del Servicio	Por el Diez por ciento (10%) del valor total del contrato	Igual a su ejecución y cuatro (4) meses más	APLICA
Calidad y Correcto Funcionamiento de los Bienes	Por el Diez por ciento (10%) del valor total del contrato	Igual a su ejecución y cuatro (4) meses más	APLICA
Pago de Salarios y Prestaciones Sociales	Por el Cinco por ciento (5%) del valor total del contrato	Igual a la vigencia del mismo y tres (3) años más	APLICA
Responsabilidad Civil Extracontractual	Por 200 SMLMV	Igual a su ejecución	APLICA

EXPERIENCIA REQUERIDA	**CAPACIDAD TÉCNICA:** Establecer los criterios de experiencia mínima requerida por la entidad para el cumplimiento idóneo del objeto contractual. 1. El oferente deberá acreditar la celebración de máximo un (1) contrato, cuyas actividades sean de características relacionadas con (preproducción, producción, y posproducción de productos audiovisuales). y su valor sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial. Si la experiencia es con entidad pública, el oferente deberá anexar, copia del contrato, acta de finalización y/o liquidación. Si la experiencia es con particulares el oferente deberá soportarla con la correspondiente factura(s) y su respectiva resolución expedida por la DIAN, certificado del contador y certificación expedida por la entidad que contrató el servicio, la cual deberá tener como mínimo la siguiente información: *-Nombre la empresa contratante* *-Nombre del contratista* *-Número del contrato* *-Objeto del contrato* *-Fecha de suscripción del contrato (día- mes- año)* *-Fecha de terminación del contrato (día- mes –año)* *-Fecha de expedición de la certificación (día- mes – año)* *-Valor del contrato y de las adiciones si tuvo lugar* *-Cargo y firma de quien expide la certificación.* *-Si se trata de un consorcio o una unión temporal, se debe señalar el nombre de quienes lo conforman y el porcentaje de participación de cada uno de los miembros.* 2. Certificar que cuenta con el personal mínimo requerido e idóneo para el desarrollo de las actividades: | #	Perfil	Nivel Académico	Experiencia	Años de experiencia requerida
---	---	---	---	---
1	*Operador de switcher*	Técnico en medios audiovisuales / Técnico Comunicador Social	Conocimientos en dirección y/o producción	5
1	*Operador de audio*	Técnico en comunicación	Producción de televisión	2
3	*Camarógrafos*	Bachiller y/o técnico	Camarógrafo audiovisual	3
1	*Productor*	Profesional en Comunicación Social	Realizador audiovisual con conocimientos en producción de radio y televisión	3
2	Animadores	Bachiller	Producción de televisión	2	 Para acreditar la experiencia, deberá anexarse a la propuesta los siguientes documentos: certificado de estudios, diploma y /o actas de grado y/o título profesional expedido por los respectivos consejos profesionales y/o establecimiento de educación, en los casos en que aplique y las respectivas certificaciones laborales. También deberán anexar antecedentes de responsabilidad fiscal, antecedentes disciplinarios, antecedentes penales, certificado de medidas correctivas y certificado de REDAM de cada una de las personas que desarrollaran las actividades del contrato. Las certificaciones de experiencia se consideran expedidas bajo la gravedad del juramento. La entidad se reserva el derecho de verificar durante la evaluación y hasta la adjudicación la información aportada por el interesado. Y, a fin de corroborar la misma, solicitar los soportes que considere pertinentes tales como: certificaciones, copias de los contratos, actas de liquidación, estados financieros, copia de pago de impuestos etc. En ejercicio de esta facultad que se reserva la entidad, los oferentes no podrán mejorar o modificar su oferta. El no cumplimiento de la experiencia del equipo humano mínimo en las condiciones solicitadas o la no presentación de los soportes requeridos generaran la declaración de NO HABIL en la capacidad técnica del Oferente. 3. Certificar licencia software para transmisión vía internet, actualizada y vigente durante el periodo de ejecución del contrato. 4. Certificar mediante oficio firmado por el oferente que cuenta con los equipos audiovisuales necesarios para el desarrollo de las actividades objeto del presente proceso de selección, anexando inventario de los mismos firmado por el revisor fiscal o contador, y los respectivos documentos soportes del revisor fiscal o contador, como tarjeta profesional certificado de antecedentes de la profesión y documento de identificación. 5. Acreditar y soportar mediante oficio y/o contrato de arrendamiento, que cuenta el oferente con el espacio para emitir los spots promocionales de 8 segundos en pantallas led de un centro comercial de alto tráfico en la ciudad de Villavicencio.
CAPACIDAD FINANCIERA	N/A
No. OFERENTES	FSL COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL S.A.S

2. ¿Cómo adquieren otras Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

De acuerdo con el **Modelo de Abastecimiento Estratégico** es pertinente identificar y analizar los Proceso de Contratación de Entidades Estatales que han adquirido en el pasado bienes o servicios iguales o comparables, con el propósito de definir mejores prácticas y extraer información pertinente para el Proceso de Contratación.

Una vez revisado el portal de contrataciones SECOP, se encontraron los siguientes procesos de contratación con igual o similar objeto en estas Entidades:

PROCESO REFERENCIA 1:

ENTIDAD	**CORPORACION PARA EL DESARRROLLO SOSTENIBLE DEL URABA**		
NÚMERO DE PROCESO	MC-0140-2022		
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA		
No. CONTRATO	200-10-01-12-0298-2022		
OBJETO:	CONTRATAR EL SERVICIO DE DIFUSION DE CUÑAS RADIALES Y DIFERENTES CONTENIDOS EN VARIOS FORMATOS INTITUCIONALES A ATRAVES DE EMISORAS, CANALES DE TELEVISION Y PLATAFORMAS DE COMUNCION LOCALIZADA SEN LA JURISDICCION DE CORPOURABA Y EN OTROS TERRRITORIOS DEL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA		
VALOR CONTRATO	$27.000.000		
PLAZO DE EJECUCIÓN	Un (1) mes		
FORMA DE PAGO	De acuerdo con el avance de los servicios contratados, previa presentación de facturas y soportes por parte del contratista y visto bueno de supervisor.		
GARANTÍAS	Tipo de póliza	Monto	Duración
	Cumplimiento del Contrato	$5.380.000	Cinco (5) meses
	Calidad del Servicio	$5.380.000	Cinco (5) meses
EXPERIENCIA REQUERIDA	1.El contratista deberá estar en capacidad administrativa y operativa de distribuir y coordinar de manera organizada la divulgación de los diferentes contenidos conforme a las disposiciones que establezca CORPOURABA. 2. En su objeto social el contratista deberá contemplar la realización de publicidad radial, digital y televisiva 3. el contratista deberá contar con establecimiento de comercio en el municipio de Apartadó, en e cual esta ubicada la sede principal de CORPUUABA, para lograr agilizar los procesos e ejecución, revisión y generación de los productos acorde a las necesidades de la Corporación. 4.El contratista deberá acreditar una existencia mínima de un (1) año, que contemple en su objeto social actividades relacionadas con la divulgación de información a través de plataformas digitales o en medios de comunicación. 5.Deberá acreditar experiencia asociada al objeto de la contratación, presentando mínimo CUATRO (4) certificaciones donde se demuestre que ha prestado servicios en actividades relacionadas con divulgación de información a igual número de empresas, organizaciones o entidades.		
CAPACIDAD FINANCIERA	N/A		
No. de OFERENTES	1		

PROPONENTE ADJUDICADO	El Boom Agencia de Comunicaciones de Colombia SAS

PROCESO REFERENCIA 2:

ENTIDAD	**GOBERNACION DE CORDOBA**		
NÚMERO DE PROCESO	SH-MIC-001-2025		
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA		
No. CONTRATO	0084-2025		
OBJETO:	CONTRATO DE PUBLICIDAD PARA REALIZAR CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN, ADQUISICIÓN DE DIVERSAS PIEZAS PUBLICITARIAS DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA DE LA GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA		
VALOR CONTRATO	$29.982.050		
PLAZO DE EJECUCIÓN	UN (1) MES		
FORMA DE PAGO	UN (01) ÚNICO PAGO, correspondiente al CIEN POR CIENTO (100%) del valor del contrato.		
GARANTÍAS	Tipo de póliza	Monto	Duración
	Garantía de seriedad de la propuesta	10% del presupuesto oficial	90 (noventa) días
	Cumplimiento general del contrato	10% del valor del contrato	seis (6) meses más
	Calidad y Correcto Funcionamiento De Los Bienes	10% del valor del contrato	seis (6) meses más
EXPERIENCIA REQUERIDA	La Entidad Estatal exigirá el requisito habilitante de experiencia en todos los Procesos de Contratación Los Proponentes deben acreditar su experiencia a través de: (i) la presentación del Formato 3 - Experiencia y (ii) copia de alguno de los documentos válidos para la acreditación de la experiencia requerida señalados en el numeral 5.2.4. Los Proponentes podrán acreditar experiencia proveniente de contratos celebrados con particulares o Entidades Estatales. Por regla general, el proponente solo puede acreditar la experiencia que ha obtenido y no la experiencia de su matriz, subsidiarias o integrantes del mismo grupo empresarial. Cuando de acuerdo con el estudio de sector es necesario que el proponente acredite la experiencia de su matriz como en los casos de contratos de franquicia, la Entidad Estatal debe justificar dicha circunstancia, en los estudios y documentos previos e indicar en la invitación la forma de acreditar la experiencia.		
CPACIDAD FINANCIERA	N/A		
No. de OFERENTES	1		
PROPONENTE ADJUDICADO	Establecimiento de Comercio CREATIVOS – MILE OVIEDO		

C. Estudio de la oferta

1. ¿Cuál es la dinámica de producción, distribución y entrega de bienes, obras o servicios?

La publicidad exterior en Colombia conforma un amplio aspecto funcional de una ciudad moderna, la cual está integrada en la misma y es un medio casi imprescindible de publicidad y comunicación con los ciudadanos en las grandes urbes, capitales y centros poblados.

Las ciudades modernas funcionan como si de centros comerciales se tratase, y los anunciantes y ciudadanos son los consumidores a los cuales enviamos el mensaje, que, entre otras cosas, debe de ser claro, detallado conciso y preciso. Los publicistas, por lo tanto, deben aprovechar las ventajas contextuales que ofrecen este tipo de tecnologías, con el fin de instalar en espacios exteriores que funcionen como medios estratégicos para las diferentes marcas. Para ello, desarrolla un análisis de la percepción del fenómeno que abarca a sus agentes fundamentales: agencias, anunciantes y ciudadanía en general.

En este sentido las entidades privadas y públicas, deben aprovechar las ventajas contextuales que ofrecen los publicistas con el fin de colocar instalaciones exteriores que funcionen como medios estratégicos para la difusión de los diferentes mensajes.

La dinámica se establece de acuerdo con las exigencias pactadas a partir de la firma del acta de inicio, se deberá comenzar un control de los servicios prestados, la persona responsable de llevar este control será el supervisor del contrato, el cual será designado mediante resolución.

Para tal efecto el contratista deberá aportar las guías correspondientes a cada envió realizado que permitirá realizar el control de los servicios con especificaciones que permita un control de lo solicitado y entregado.

2. ¿A quién se va a comprar?

Se requiere contratar una empresa que asegure la prestación del servicio de publicidad digital en pantallas LED para exhibición de videos y el suministro elementos FIJOS (rompe tráfico), en la ciudad de Villavicencio.

Esto con el fin de desarrollar el presente objeto del contrato: SERVICIO DE PUBLICIDAD A TRAVES DE MEDIOS DE COMUNICACION VISUAL ALTERNATIVOS, COMO APOYO A LA ESTRATEGIA DE BENEFICIOS POR MATRICULAR Y RADICAR, VEHICULOS EN EL DEPARTAMENTO DEL META.
El Departamento del Meta, para poder identificar los participantes del mercado toma como referencia la información suministrada en las plataformas virtuales de la superintendencia de sociedades:

NIT	RAZÓN SOCIAL	CIUDAD DOMICILIO	CIIU-PUBLICIDAD
860015547	MMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
860001022	CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.	BOGOTA D.C.	7310
901003327	AMAZON WEB SERVICES COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
800144934	VISION Y MARKETING SAS	CALI-VALLE	7310
900214217	"GOOGLE COLOMBIA LIMITADA	BOGOTA D.C.	7310
900491296	SALESLAND COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
830511773	BRM SAS	BOGOTA D.C.	7310
900426105	GROUPM TRADING COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
900057522	MEDIAWISE SOLUTIONS S.A.S.	BOGOTA D.C.	7310
900776765	ORION CAPITAL SAS	BOGOTA D.C.	7310
900206027	UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA	BOGOTA D.C.	7310
860504772	EFECTIMEDIOS SAS	BOGOTA D.C.	7310
830035904	HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S	BOGOTA D.C.	7310
890801783	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	BOGOTA D.C.	7310

860000328	McCann-Erickson Corporation S.A.	BOGOTA D.C.	7310
830041784	INTERPUBLIC COLOMBIA S.A.S	BOGOTA D.C.	7310
830104453	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES SAS	BOGOTA D.C.	7310
830000640	DDB WORLDWIDE COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
830101217	GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA S.A.S.	BOGOTA D.C.	7310
830058056	OMD COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
901106368	APEX TRADING SAS	BOGOTA D.C.	7310
900253395	EDELMAN COLOMBIA S.A.S.	BOGOTA D.C.	7310
830135377	MERCADEO EFECTIVO S.A.S.	BOGOTA D.C.	7310
800240190	VML GROUP COLOMBIA S.A.S.	BOGOTA D.C.	7310
830058081	WPP MEDIA MANAGEMENT COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
860007590	COMUNICAN SA	BOGOTA D.C.	7310
830006505	BRANDCONNECTION SAS	BOGOTA D.C.	7310
830054838	ESPACIOY MERCADEO SAS	BOGOTA D.C.	7310
900999179	Kinesso Colombia SAS	BOGOTA D.C.	7310
900599747	ICO MEDIOS SAS	BOGOTA D.C.	7310
802013501	INMOV S.A.S	BOGOTA D.C.	7310
900071637	ENMEDIO COMUNICACION DIGITAL SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA	7310
890306162	OGILVY & MATHER COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
830045427	ESSENCEMEDIACOM COLOMBIA S.A.S	BOGOTA D.C.	7310
900000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	BOGOTA D.C.	7310
900284732	PHD COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
900706422	BUENTIPO COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
811025635	FEELING COMPANY SAS	MEDELLIN-ANTIOQUIA	7310
900720758	CHEIL COLOMBIA	BOGOTA D.C.	7310
900797542	HAVAS + S.A.S	BOGOTA D.C.	7310
900084944	VC MEDIOS COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
900518245	CARAT COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
800064773	PUBBLICA SAS	BOGOTA D.C.	7310
805030145	STP NETWOKRS SAS	CALI-VALLE	7310
860008355	GREY COLOMBIA S.A.S	BOGOTA D.C.	7310
900298176	BULL MARKETING SAS	BOGOTA D.C.	7310
900797268	LATIR EXPERIENCES SAS	BOGOTA D.C.	7310
901264146	THE JUJU SAS	BOGOTA D.C.	7310
900710525	FACEBOOK COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
901264539	INTELLIGENT CUSTOMER ACQUISITION SAS	BOGOTA D.C.	7310
901007920	Pangea MTD SAS	BOGOTA D.C.	7310
900224569	BIOMARIN COLOMBIA LTDA	BOGOTA D.C.	7310
830108799	CONSTRUCTORA DE MARCAS SAS	BOGOTA D.C.	7310
830060529	WAVEMAKER COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
900080081	MARCAS VITALES BMV SAS	BOGOTA D.C.	7310
901017183	EDITORIAL LA REPUBLICA SAS	BOGOTA D.C.	7310

900204473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S	BOGOTA D.C.	7310
900111204	BOMBAI SAS	BOGOTA D.C.	7310
830141093	PROXIMITY COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
901135214	NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
900713342	TAPTAP ADVERTISING SAS	BOGOTA D.C.	7310
830128610	E-MOTION GLOBAL SAS	COTA-CUNDINAMARCA	7310
830118816	SM DIGITAL	MEDELLIN-ANTIOQUIA	7310
900626892	DENTSU COLOMBIA SAS	BOGOTA D.C.	7310
901034906	BBDO COLOMBIA S.A.S.	BOGOTA D.C.	7310
900454459	FANTASTICA SAS	BOGOTA D.C.	7310

D. Estudio de mercado

Para la elaboración del estudio de precios de mercado, la Secretaría de Hacienda, realizó el siguiente mecanismo:

1.Revisión de precios por solicitud de cotizaciones: Se requirió a los potenciales proveedores de los viene so servicios para que remitan la información necesaria para determinar, entre otros aspectos, el valor del servicio o del bien correspondiente.

Se obtuvo un total de tres (3) cotizaciones, a continuación, se resume las respuestas de los proveedores:

ITEM	PROVEEDOR	NO COTIZO	COTIZO
1	MARKETING VALLAS SAS		X
2	WILLIAM CORTES PALMA		X
3	CARLOS EDUARDO PEÑA		X

De las tres (3) invitaciones a cotizar enviadas a las empresas relacionadas en el cuadro anterior, las tres (3) empresas presentaron cotización de acuerdo con las especificaciones técnicas requeridas por la entidad.

Las cotizaciones recibidas se consolidad en el anexo ESTUDIO DE MERCADO y se resume a continuación:

DEPARTAMENTO DEL META NIT. 892.000 148-5	ESTUDIOS DEL SECTOR	CÓDIGO:	F-BS-37
		VERSIÓN:	2

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	MARKETING VALLAS MAS			WILLIAM CORTES PALMA			CARLOS EDUARDO PEÑA			VALOR UNITARIO PROMEDIO	VALOR PROMEDIO TOTAL
			CANT	V/UNITARIO	V/R TOTAL	CANT	V/UNITARIO	V/R TOTAL	CANT	V/UNITARIO	V/R TOTAL		
1	Pauta digital por dos (2) mes, de un cupo en una PANTALLA LED para exhibición de un spot o video de 10 segundos, con salida de 1.050 apariciones diarias, con alta resolución y brillo de 8.000 NITS, con un área de 12 x 3,6 Mts., para ser ubicada estratégicamente en el (Puente subnivel de la Av. 40, donde converge la entrada por la vía de Acacias y Puerto López) de la ciudad de Villavicencio	mes	2	$ 11,000,000	$ 22,000,000	2	$ 10,900,000	$ 21,800,000	2	$ 11,100,000	$ 22,200,000	$ 11,000,000.00	$ 22,000,000.00
2	Pauta digital por dos y medio (2.5) meses, de un cupo en una PANTALLA LED para exhibición de un spot o video de 10 segundos, con salida de 1.050 apariciones diarias, con alta resolución y brillo de 8.000 NITS, con un área de 12 x 3.6 Mts., para ser ubicada estratégicamente en la Glorieta de la Grama de la ciudad de Villavicencio	mes	2.5	$ 11,000,000	$ 27,500,000	2.5	$ 10,900,000	$ 27,250,000	2.5	$ 11,100,000	$ 27,750,000	$ 11,000,000.00	$ 27,500,000.00
3	Suministro vinilo adhesivo con impresión digital full color con medidas de 0,80 x 1,50 mts, doble cara, más suministro de estructura rompe tráfico en tubo de 1 pulgada y tablón en MDF con medidas de 0,80 x 1,50 mts. Listo para Entregar en la ciudad de Villavicencio	UNI	15	$ 700,000	$ 10,500,000	15	$ 697,000	$ 10,455,000	15	$ 703,000	$ 10,545,000	$ 700,000.00	$ 10,500,000.00
TOTAL					$ 60,000,000			$ 59,505,000			$ 60,495,000.00		$ 60,000,000.00

Inicialmente en el estudio de mercado se cotizó en el ítem 2, una cantidad de dos meses y medio (2.5), y se debe ajustar a dos (2) meses, porque al mantenerse el plazo inicial, superaría el cierre de la vigencia fiscal correspondiente al presente año, lo cual contravendría los principios de planeación y anualidad presupuestal establecidos en la normativa vigente, quedando un presupuesto oficial de **CINCUENTA Y CUATRO MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS M/CTE (54.500.000,00).**

APROBACIÓN: Conforme a lo plasmado en este estudio, el mismo es aprobado por el Ordenador del Gasto.

Firma:	
Nombre:	**LUZ MARY AGUIRRE RODRIGUEZ**
Cargo:	**Secretaria De Hacienda**
ORDENADOR DEL GASTO	

Firma		**Firma**	
Nombre	Luz Edit Clavijo Guevara	**Nombre**	Katherine Herrera Hernández
Cargo	CPS 1281 -2025 Secretaria de Hacienda	**Cargo**	CPS 1229-2025 Abogada Secretaria de Hacienda
Proyectó		**Revisó**	