

Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

La Ceja, Julio de 2026

ANÁLISIS DEL SECTOR

OBJETO: Prestación de servicios para la planeación estratégica, gestión, administración y ejecución integral del Plan de Medios de la Administración Municipal de La Ceja, orientado a garantizar la difusión oportuna, efectiva y transparente de la información institucional, programas, proyectos, campañas y acciones de gobierno, a través de diferentes medios de comunicación locales, regionales y nacionales, tanto tradicionales como digitales, asegurando el adecuado posicionamiento de la gestión pública y el fortalecimiento de la comunicación institucional con la ciudadanía

De conformidad con el artículo 2.2.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015 y con la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector elaborada por Colombia Compra Eficiente, el Municipio de La Ceja, por medio de la dependencia de la cual surge la necesidad, pone a disposición el análisis del sector económico con el cual determinó las reglas de participación en los estudios previos y en el pliego de condiciones de la presente convocatoria.

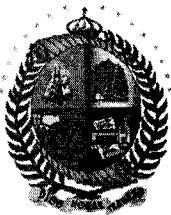
Así, el Municipio de La Ceja en cumplimiento de lo que dicta el artículo 2.2.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015, la entidad, a partir del objeto del contrato, debe hacer el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo, sin que sea relevante la modalidad de selección, toma la información pertinente del SIREM (en aquellos aspectos posibles). Por tal razón, analiza el informe de la Superintendencia de Sociedades que da a conocer la situación económica y financiera de las empresas pertenecientes al sector concerniente al presente proceso de contratación, que desarrollan su actividad en el país, por medio del análisis comparativo de los últimos años.

Para la elaboración del presente análisis, se toma como referencia la información contenida en informes sectoriales, publicaciones económicas y reportes de la Superintendencia de Sociedades, así como estudios de agremiaciones (como la IAB Colombia o la UCEP). Se identifican variables críticas como ingresos por servicios, utilidades, activos y patrimonio, permitiendo caracterizar el comportamiento y desempeño de las agencias de publicidad y centrales de medios en el país.

El análisis se centra en el **sector de servicios de publicidad y mercadeo**, específicamente en el subsector de **planeación de medios, compra de pauta y estrategias digitales**. Este comprende la conceptualización, diseño, gestión y optimización de campañas en canales tradicionales (ATL) y digitales (Social Ads, SEM, Programmatic), requeridos por las entidades para el cumplimiento de sus planes de comunicación institucional y atención al ciudadano.



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

El sector de medios en Colombia ha migrado de un modelo basado en soportes físicos a uno de **ecosistemas transmedia**. De acuerdo con las dinámicas recientes, el mercado evidencia una transformación hacia:

- **Data-Driven Marketing:** Uso de analítica avanzada para la toma de decisiones.
- **Omnicanalidad:** Integración de medios digitales con activaciones en territorio.
- **Transparencia en la Compra:** Modelos de auditoría de pauta y optimización de presupuestos públicos.

Se identifica una oferta robusta de agencias con capacidad técnica para gestionar presupuestos de pauta, creación de contenidos multimedia y administración de comunidades digitales, garantizando **pluralidad de oferentes** y competencia técnica.

3. Perspectiva Comercial y Técnica

Desde el punto de vista comercial, el sector se caracteriza por un modelo de **comisión por gestión o fee mensual**, donde los costos de pauta son variables según las tarifas de los medios y las subastas en tiempo real. Por ello, las entidades estatales deben establecer objetivos de alcance claros y realizar estudios de mercado que reflejen los costos actuales de inventario en medios de comunicación.

Desde el componente técnico, las empresas cuentan con:

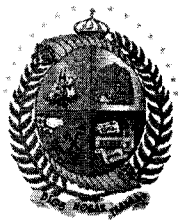
- **Software especializado:** Herramientas de monitoreo de medios, *Social Listening* y plataformas de gestión de pauta.
- **Talento Humano:** Profesionales en comunicación, analistas de datos, *media planners* y creativos digitales.

El sector presenta una mezcla de agencias y una creciente participación de **agencias locales y PyMEs creativas**. Estas últimas poseen estructuras ágiles, ideales para contratos de servicios de comunicación de mediana cuantía. Los requisitos habilitantes del proceso observarán el principio de **proporcionalidad**, permitiendo que la experiencia en gestión de cuentas y ejecución presupuestal sea el factor determinante, promoviendo la participación plural.

El presente análisis determina las condiciones del sector de **servicios de comunicación y planes de medios**, identificando su solvencia financiera y capacidad técnica para garantizar el cumplimiento de los principios de transparencia y selección objetiva en el proceso adelantado por el **Municipio de La Ceja**.



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

A. ASPECTOS GENERALES

Productos incluidos dentro del sector Algunos de los productos identificados en este sector son los siguientes según la clasificación de los bienes y servicios, objeto del Proceso de Contratación:

Segmento	Familia	Clase	Producto
43	23	22	
52	16	15	00
80	11	16	00
80	14	16	00
80	16	15	00
82	10	16	00
81	11	21	00
81	16	17	00
82	10	15	00
82	10	17	00
82	10	18	00
82	10	19	00
82	11	19	00
82	12	15	00
82	12	18	00
82	14	15	00
82	14	16	00
83	11	18	00
83	11	19	00
83	12	17	00

Se podría identificar como clasificador principal:

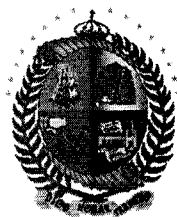
CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS			
GRUPO	SEGMENTOS	FAMILIAS	CLASES
F Servicios	82 Servicios editoriales, de diseño, de artes gráficas y bellas artes	10 publicidad	18 Servicios de agencia de publicidad

1.2 Agentes Incluidos dentro del sector

El sector identificado para satisfacer las necesidades institucionales de divulgación, información, promoción de programas, rendición de cuentas y comunicación con la ciudadanía corresponde al sector de publicidad, comunicación estratégica y centrales de medios.



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

Este sector comprende la planeación, diseño, producción, ejecución y difusión de campañas institucionales a través de diferentes medios de comunicación, permitiendo a las entidades públicas garantizar la divulgación oportuna de planes, programas, proyectos, servicios, convocatorias y demás acciones de interés general.

En este contexto, las centrales de medios desempeñan un papel estratégico al integrar en un solo servicio la planeación de campañas, la producción de contenidos, la gestión de pauta publicitaria y la articulación con diferentes medios de difusión y proveedores especializados.

Intermediación especializada

Las centrales de medios actúan como articuladores entre la entidad pública, los medios de comunicación y los proveedores de producción publicitaria y gráfica, facilitando la ejecución de estrategias integrales de comunicación bajo criterios de eficiencia, cobertura y optimización de recursos públicos.

Optimización de recursos

Gracias a su capacidad de negociación y conocimiento del mercado, las centrales de medios permiten acceder a mejores condiciones económicas para la contratación de espacios publicitarios, producción de contenidos y materiales de divulgación, favoreciendo la eficiencia en la inversión de los recursos públicos destinados a comunicación institucional.

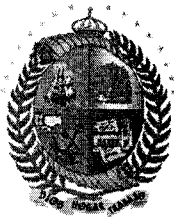
Ecosistema de comercialización y difusión

La contratación de servicios de publicidad y comunicación involucra diferentes medios y canales de difusión, cada uno con características particulares de comercialización y alcance:

Medio	Unidad de contratación	de Aplicación dentro de la estrategia institucional
Televisión	Segundos o minutos de emisión	Difusión masiva de campañas institucionales y mensajes de interés público.
Radio	Cuñas, menciones o patrocinios	Divulgación de programas, convocatorias y campañas informativas con amplia cobertura territorial.
Prensa escrita	Espacios publicitarios por tamaño o ubicación	Publicación de información institucional, avisos y campañas pedagógicas.
Revistas especializadas	Páginas o fracciones de página	Difusión dirigida a públicos específicos o sectores de interés.



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

Medios digitales	Impresiones, clics, Segmentación de audiencias y fortalecimiento alcance o interacciones de la comunicación digital institucional.
Publicidad exterior (OOH)	Ubicación y tiempo de exhibición Posicionamiento territorial de campañas mediante vallas, pantallas, mobiliario urbano y otros formatos.

Cadena de valor del servicio

La prestación integral de servicios de publicidad y centrales de medios involucra la participación de diversos actores económicos que aportan capacidades técnicas y operativas para la ejecución de las campañas.

Funciones estratégicas del servicio de Central de Medios

La contratación de una central de medios permite a las entidades públicas desarrollar de manera integral las siguientes actividades:

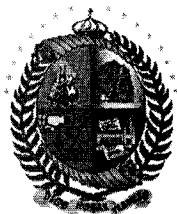
- Planeación y estructuración de estrategias de comunicación institucional.
- Definición y selección de medios de difusión de acuerdo con los públicos objetivo.
- Programación y administración de pauta publicitaria.
- Producción y adaptación de contenidos para diferentes formatos y plataformas.
- Coordinación de campañas en medios tradicionales, digitales y exteriores.
- Producción de piezas gráficas y materiales de apoyo para actividades de divulgación.
- Monitoreo, seguimiento y evaluación de resultados de las campañas ejecutadas.
- Elaboración de informes de impacto, cobertura y cumplimiento de objetivos comunicacionales.

Para la vigencia 2026, el mercado de publicidad, comunicación estratégica y centrales de medios ofrece una amplia disponibilidad de proveedores con capacidad técnica, operativa y financiera para atender las necesidades de divulgación institucional de las entidades públicas.

La integración de servicios de planeación, producción, pauta, monitoreo y evaluación permite desarrollar estrategias de comunicación eficientes, garantizando una adecuada utilización de los recursos públicos y fortaleciendo el acceso de la ciudadanía a la información sobre programas, proyectos, servicios y acciones de gobierno.



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DEL SECTOR

Los servicios requeridos se encuentran comprendidos dentro del sector de servicios, específicamente en las actividades relacionadas con publicidad, comunicación estratégica, difusión de información y gestión de medios de comunicación.

De acuerdo con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas – CIIU Revisión 4 Adaptada para Colombia, publicada por el DANE, las actividades asociadas al objeto contractual se encuentran principalmente en la Sección M – Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas, especialmente en las siguientes clases:

- **7310 – Publicidad:** Comprende la creación, planificación, producción y ejecución de campañas publicitarias e institucionales, así como la contratación y administración de espacios en medios de comunicación.
- **7020 – Actividades de consultoría de gestión:** Incluye servicios de asesoría estratégica, comunicación organizacional, posicionamiento institucional y apoyo en la gestión de procesos comunicacionales.
- **6391 – Actividades de agencias de noticias:** Relacionadas con la recopilación, producción y distribución de contenidos informativos para diferentes medios y plataformas de comunicación.

De igual forma, dentro del Clasificador de Bienes y Servicios de las Naciones Unidas – UNSPSC, utilizado en los procesos de contratación pública a través de la plataforma SECOP, las actividades relacionadas con el objeto contractual se encuentran asociadas principalmente al código:

- **82100000 – Publicidad,** que comprende los servicios orientados a la planeación, producción, administración y difusión de campañas publicitarias, institucionales e informativas.

Alcance de los Servicios del Sector

El sector de publicidad y centrales de medios comprende la prestación integral de servicios relacionados con la planeación, diseño, producción, divulgación y evaluación de estrategias de comunicación institucional, mediante recursos propios o a través de terceros especializados.

Dentro de las actividades que integran este sector se encuentran:

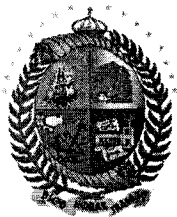
Planeación y ejecución de campañas de comunicación

- Diseño, estructuración y ejecución de campañas institucionales.
- Formulación de estrategias de comunicación orientadas a la divulgación de programas, proyectos, servicios y actividades de interés público.
- Producción de contenidos para medios tradicionales, digitales y alternativos.

Administración y comercialización de espacios publicitarios



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📠 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

- Gestión y contratación de espacios en prensa escrita, radio, televisión, medios digitales y otros canales de comunicación.
- Planeación y administración de pauta publicitaria de acuerdo con los objetivos institucionales y los públicos de interés.
- Representación y negociación con medios de comunicación para la optimización de recursos destinados a divulgación.

Producción de material publicitario e informativo

- Diseño y producción de piezas gráficas, audiovisuales y digitales.
- Elaboración de material informativo, pedagógico y promocional para campañas institucionales.
- Producción de material para medios exteriores, señalización, vallas, pendones, afiches, plegables y demás elementos de apoyo a la divulgación.

Estrategias de comunicación territorial y medios alternativos

- Difusión de información a través de medios comunitarios, alternativos y regionales.
- Distribución de material informativo y divulgativo dirigido a diferentes grupos poblacionales.
- Apoyo a actividades de participación ciudadana, pedagogía institucional y rendición de cuentas.

Servicios complementarios de comunicación

- Monitoreo y seguimiento de medios.
- Evaluación de resultados e impacto de las campañas ejecutadas.
- Análisis de audiencias y cobertura de medios.
- Asesoría en comunicación estratégica y fortalecimiento de la imagen institucional.

Aplicación para el Sector Público

En el ámbito de la contratación estatal, estos servicios permiten a las entidades públicas garantizar el acceso de la ciudadanía a la información sobre planes, programas, proyectos, obras, servicios, convocatorias y demás actuaciones administrativas, contribuyendo al cumplimiento de los principios de transparencia, participación ciudadana, publicidad de la gestión pública y fortalecimiento de las relaciones entre la administración y la comunidad. Por lo anterior, el mercado objeto de análisis cuenta con una oferta amplia y especializada de empresas dedicadas a la prestación de servicios de publicidad, comunicación estratégica y centrales de medios, con capacidad para atender las necesidades de divulgación institucional de las entidades públicas en los niveles nacional, departamental y municipal.



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

B. IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR

1) Económico

El objeto contractual se encuentra enmarcado dentro del sector de publicidad, comunicación estratégica, mercadeo social y centrales de medios, actividades que desempeñan un papel fundamental en la divulgación de información, la promoción de programas institucionales y el fortalecimiento de la relación entre las entidades públicas y la ciudadanía.

La publicidad y las comunicaciones constituyen herramientas esenciales para garantizar el acceso oportuno a la información pública, facilitar la participación ciudadana, promover campañas de interés general y fortalecer la transparencia de la gestión institucional. A través de estos servicios, las entidades públicas pueden difundir programas, proyectos, convocatorias, obras, actividades, campañas pedagógicas, rendiciones de cuentas y demás acciones de gobierno dirigidas a la comunidad.

Adicionalmente, este sector contribuye al desarrollo económico nacional mediante la generación de empleo especializado en áreas como diseño gráfico, producción audiovisual, comunicación estratégica, mercadeo, analítica digital, investigación de audiencias, producción de contenidos y gestión de medios de comunicación.

Durante los últimos años, el sector ha experimentado una importante transformación impulsada por la digitalización de los medios, la evolución de los hábitos de consumo de información y el crecimiento de las plataformas tecnológicas. Como consecuencia de ello, las estrategias de comunicación han evolucionado hacia modelos integrados que combinan medios tradicionales, digitales, comunitarios, alternativos y exteriores para lograr una mayor cobertura y segmentación de audiencias.

En Colombia, la inversión en publicidad continúa mostrando una dinámica positiva. De acuerdo con los reportes publicados por la industria, la publicidad digital mantiene una tendencia de crecimiento sostenido y se consolida como uno de los principales canales para la difusión de contenidos institucionales, debido a su capacidad de segmentación, medición y optimización de resultados.

Este comportamiento evidencia la creciente importancia de los medios digitales dentro de las estrategias de comunicación, sin que ello implique la sustitución de los medios tradicionales. Por el contrario, las campañas más efectivas integran diversos canales de



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

comunicación, permitiendo ampliar la cobertura y fortalecer el alcance de los mensajes dirigidos a los diferentes grupos de interés.

Asimismo, estudios sectoriales realizados por organizaciones especializadas en publicidad y mercadeo evidencian una tendencia creciente hacia la contratación de agencias integrales y centrales de medios capaces de ofrecer soluciones completas de planeación estratégica, producción de contenidos, administración de pauta, monitoreo y evaluación de resultados. Esta modalidad permite optimizar recursos, garantizar coherencia en los mensajes institucionales y mejorar la eficiencia de las campañas de comunicación.

Dentro de los principales factores que determinan la competitividad del sector se destacan:

- La capacidad de planeación estratégica de campañas.
- La creatividad y calidad de los contenidos desarrollados.
- La innovación en formatos y canales de difusión.
- La capacidad de segmentación y análisis de audiencias.
- La integración entre medios tradicionales, digitales, comunitarios y alternativos.
- La medición y evaluación de resultados.
- La capacidad operativa para administrar campañas de alcance local, regional y nacional.

En el contexto de la contratación pública, el sector de publicidad y centrales de medios ofrece una amplia oferta de empresas con experiencia en la ejecución de estrategias de comunicación institucional, divulgación de programas gubernamentales, campañas pedagógicas, promoción de la participación ciudadana y fortalecimiento de la imagen institucional.

Por lo anterior, se identifica un mercado consolidado, competitivo y con capacidad técnica, operativa y financiera suficiente para atender las necesidades de comunicación y divulgación de las entidades estatales, garantizando el cumplimiento de los principios de publicidad, transparencia y acceso a la información pública.

2. Agentes que componen el sector

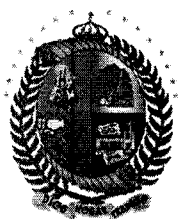
El sector de la publicidad, las comunicaciones estratégicas y los medios de difusión en Colombia cuenta con diversas organizaciones gremiales que promueven el fortalecimiento empresarial, la adopción de buenas prácticas, la actualización normativa y el desarrollo de estándares de calidad para los actores que participan en la planeación, producción, comercialización y difusión de campañas publicitarias e institucionales.

Entre las principales organizaciones representativas del sector se encuentran:

- **Agencias de publicidad, medios y comunicación estratégica**



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

La Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP) agrupa y representa a empresas especializadas en publicidad, mercadeo, comunicación estratégica y servicios relacionados con la gestión de campañas publicitarias. Su labor está orientada a promover el desarrollo de la industria, fortalecer las buenas prácticas comerciales y fomentar altos estándares de calidad en la prestación de servicios.

De igual manera, la Unión Nacional de Empresas de Mercadeo y Comunicaciones Estratégicas (UNEMEC) reúne organizaciones especializadas en marketing estratégico, comunicación corporativa, activaciones BTL, experiencias de marca y relacionamiento con audiencias, contribuyendo al fortalecimiento técnico y profesional del sector.

• Empresas anunciantes

La Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia (ANDA) representa a las organizaciones públicas y privadas que desarrollan inversiones en publicidad y comunicación, promoviendo espacios de articulación entre anunciantes, agencias y medios de comunicación, así como el fortalecimiento de las prácticas responsables en materia publicitaria.

• Medios de comunicación masivos

La Asociación Nacional de Medios de Comunicación (Asomédios) agrupa importantes empresas del sector de televisión, radio, prensa escrita y medios digitales. Su participación resulta relevante dentro del mercado de la pauta publicitaria, al representar actores que cuentan con cobertura regional y nacional para la difusión de campañas institucionales, educativas e informativas.

• Medios comunitarios y alternativos

La Federación Colombiana de Medios Comunitarios (Fedemedios) reúne emisoras comunitarias, canales de televisión local y otros medios alternativos de comunicación presentes en diferentes regiones del país.

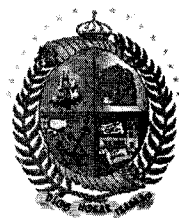
Estos medios cumplen un papel importante dentro de las estrategias de comunicación pública, especialmente para la divulgación de programas, proyectos, campañas pedagógicas y acciones institucionales dirigidas a comunidades específicas, poblaciones rurales y territorios con acceso limitado a medios masivos tradicionales.

La existencia de gremios, asociaciones y organizaciones representativas evidencia un mercado estructurado y competitivo, integrado por múltiples actores con capacidad para prestar servicios de planeación, producción, difusión y comercialización de campañas de comunicación.

Asimismo, la diversidad de agencias, medios tradicionales, medios digitales y medios comunitarios permite a las entidades estatales diseñar estrategias de comunicación con cobertura nacional, regional o local, garantizando la pluralidad de oferentes y la posibilidad



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📠 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

de seleccionar alternativas que respondan a las necesidades específicas de cada proceso contractual.

3. Técnico:

Las condiciones técnicas que suplen la necesidad expuesta se encuentran especificadas en el Anexo Técnico del proceso, no obstante, a continuación, se refieren algunos de los productos o tipos de publicidad existentes en el sector:

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

Las revistas ofrecen la posibilidad de segmentación según temática (hay revistas de deporte, salud, cine...). **Publicidad online:** La publicidad online es aquella que se hace a través de internet. Pueden ser banners insertados en un sitio web, anuncios en el buscador que aparecen cuando los usuarios hacen una determinada búsqueda o anuncios en las redes sociales. Por su relativo bajo coste y su audiencia potencialmente enorme, la publicidad online está experimentando un fuerte crecimiento.

Anuncios de radio: Las cuñas radiofónicas son los anuncios que se escuchan en las pausas publicitarias de los programas de radio. Quizás es el tipo de publicidad que más rápidamente está cayendo en desuso.

No obstante, la radio sigue siendo uno de los medios de referencia para las personas mayores, por lo que anunciarse es una buena forma de llegar a ese nicho.

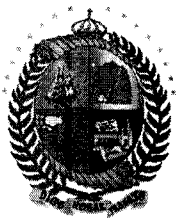
Anuncios de televisión: La televisión sigue siendo uno de los medios favoritos de las empresas para anunciarse. Tiene un gran alcance, y permite anuncios de impacto que combinan imagen y sonido. Son particularmente útiles si se necesita demostrar cómo funciona un producto o servicio. Una de sus principales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

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

Según la publicación realizada en agosto de 2020 por América Retail el consumo de medios en Colombia sufrió en los últimos meses un cambio en el comportamiento debido a las nuevas dinámicas de vida. El reporte del estudio Flash Pandemic de Target Group Index,



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

de la firma investigadora, arrojó, entre otros datos, que el consumo de medios digitales y televisión aumentó durante este tiempo.

Publicidad Below The Line: Entre los tipos de publicidad es quizá el más novedoso. La publicidad below the line o publicidad no convencional no tiene un soporte fijo, se trata de fabricar una idea nueva, nunca vista, para publicitar una marca. Es difícil enmarcar este tipo de comunicación publicitaria debido a que actúa de diferentes maneras, desde performances en la calle que buscan repercusión en los medios hasta anuncios en soportes no convencionales como los anteriores. (Clickprinting, s.f.)

Lugar de ejecución y entrega: Municipio de La Ceja

4. Regulatorio

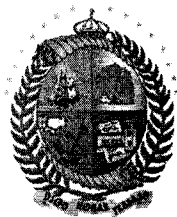
Se identifica la regulación aplicable al objeto del proceso de contratación tanto la que influye en el mercado del bien, obra o servicio, como la que regula la actividad de los proveedores y compradores de manera particular, incluyendo regulaciones de mercado, de precios, ambientales, tributarias y de cualquier otro tipo, así como las modificaciones recientes a tales regulaciones y el impacto en su aplicación.

Para el presente proceso de contratación, además de las normas generales que se relacionan en los Estudios Previos y en los Prepliegos y Pliegos Definitivos de Condiciones, las siguientes normas regulan la materia:

- Ley 80 de 1993: por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.
- Ley 1150 de 2007: por medio del cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación de recursos públicos.
- Ley 1474 de 2011: por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.
- Decreto 1082 de 2015: por medio del cual se expide el Decreto único reglamentario del sector administrativo de Planeación Nacional, especialmente el artículo 2.2.1.2.4.11.
- Decreto Nacional 1510 de 2013: Por el cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública.
- Ley 1437 del 18 de enero del 2012: Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo *"toda persona tiene derecho a presentar peticiones en cualquiera de sus modalidades, verbalmente, por escrito, o por cualquier otro medio idóneo y sin necesidad de apoderado, así como*



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

obtener información y orientación acerca de los requisitos que las disposiciones vigentes exijan para tal efecto”.

Adicionalmente en Colombia existen las siguientes normas que pueden regular la materia:

- El derecho fundamental de acceso a la información pública está consagrado en el artículo 74 de la Constitución Política Colombiana, Asimismo, el artículo 20 de la Constitución garantiza el derecho a informar y recibir información veraz e imparcial.
- Ley 57 de 1985 reglamenta el deber de divulgación de los actos y decisiones de las autoridades públicas
- Con respecto a los medios de comunicación, la Ley 190 de 1995, artículo 77, establece que los periodistas tendrán acceso garantizado a la información pública.
- Ley 1437 de 2011, nuevo Código Contencioso Administrativo establece obligaciones básicas para las autoridades públicas de producir de manera proactiva en su sitio de atención y página electrónica, información sobre sus procedimientos internos y regulaciones, y sus actos administrativos de carácter general.
- Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria: Expedido por la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP), el Código es una regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio.
- Decreto 975 de 2014. Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores.
- Decreto 1369 de 2014. Por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos.
- La Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, es la norma encargada de proteger al consumidor tanto en entornos de publicidad tradicional como en entornos digitales.
- Ley 1474 de 2011, Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. Art. 10- Presupuesto de publicidad.
- Ley 1341 de 2009, define principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–.
- Ley 182 de 1995, reglamenta el servicio de la televisión, se conforman la Comisión Nacional de Televisión.
- Ley 680 de 2001, dictan otras disposiciones en materia de Televisión.
- Resolución 000415 de 2010, Reglamento del Servicio de Radiodifusión Sonora.



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial

- Resolución 3066 de 2011, Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones.

C. ESTUDIO DE LA OFERTA

1) ¿QUIEN VENDE?

En la periferia cercana al Municipio de La Ceja, se encuentran diferentes agencias de medios, como son:

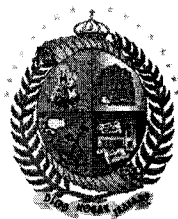
- Mi Oriente
- COREDI
- Actualidad Oriente
- Entre Ceja y Ceja
- Teleantioquia
- Asenred

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

- **Plazos del Contrato:** La determinación del plazo contractual se realiza en base a la programación de las actividades que se requieren dentro del objeto contractual, la cual se realiza teniendo en cuenta la magnitud del mismo, al requerimiento de utilizar maquinaria y materiales especializados y el conocimiento específico que se debe tener en cuenta para desarrollar ciertas actividades o suministros, así como la secuencia de ejecución dichas actividades dentro del objeto contractual.

- **Proveedores:** Teniendo en cuenta el SECOP, los procesos de contratación se pueden evidenciar, que el universo de proveedores es amplio y varios de ellos pueden reunir los requisitos solicitados por el Municipio de La Ceja, en cuanto a la experiencia solicitada, capacidad financiera y organizacional para este tipo de procesos.

- **Forma de Pago:** Históricamente en los anteriores contratos realizados por el Municipio de La Ceja y teniendo en cuenta la cuantía y plazo estipulado para este tipo de contratos, se pagará por servicio prestado. El Municipio de La Ceja, pagará al contratista por servicio prestado, previa presentación de la factura o documento equivalente debidamente legalizado y visto bueno del supervisor, junto con los informes de supervisión requeridos para ello.



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

1) Análisis de la capacidad financiera y organizacional

ANÁLISIS FINANCIERO

Una vez analizado el comportamiento macro-económico del sector y teniendo en cuenta que para el presente proceso de selección se requiere verificar la capacidad financiera de las empresas que aspiren a participar en el proceso y convertirse en el contratista seleccionado para ejecutar el contrato, se procede a realizar el análisis del sector en cuanto a los índices de Liquidez, Endeudamiento, Razón de Cobertura de Intereses y Capacidad organizacional; con el fin de analizar el comportamiento del sector en estos aspectos y de esta manera poder determinar los requisitos necesarios en relación con este aspecto.

La Superintendencia de Sociedades, registra por sectores de la actividad económica una serie estadística de los principales indicadores financieros de las empresas colombianas que informan sus estados financieros a la mencionada Entidad, por lo que resulta de gran interés analizar, así sea en forma general, la situación financiera de la actividad de asistencia social comparada con la actividad de todas las empresas que reportan tal información.

Una forma de evaluar el desempeño empresarial es a través de los indicadores financieros, por ello se presentan los aspectos que sirven de referencia para diagnosticar la situación de las empresas que prestan este servicio, más específicamente, el sector de las empresas dedicadas al servicio a contratar.

Para el presente análisis financiero y organizacional se tomaron como referencia la información del PORTAL DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL DE LA SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES – Estados Financieros por Sector Económico - NIIF pymes individuales y NIIF plenas con corte 31 de diciembre de 2019, con una muestra de 269 empresas, para las actividades económicas *CIIU 1811 Actividades de impresión, 1812 Actividades de servicios relacionados con la impresión, 5819 Otros trabajos de edición, 7310 Publicidad.*

Indicadores de capacidad financiera

La capacidad financiera del proponente se verificará a partir de la evaluación de los siguientes factores:

Indicador	Índice requerido
-----------	------------------



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial

Índice de liquidez	Mayor o igual a 2.00
Índice de endeudamiento	Menor o igual a 0.50
Razón de cobertura de intereses	Mayor o igual a 4,00 o indeterminado

Índice de Liquidez (IL):

El cual determina la capacidad que tiene un proponente para cumplir con sus obligaciones de corto plazo. A mayor índice, mayor es la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo.

Se calcula con la siguiente fórmula:

$$IL = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$$

En el análisis realizado con la muestra de 269 empresas que conforman el sector a nivel nacional, presenta un intervalo de confianza que con la finalidad de garantizar la idoneidad financiera del futuro contratista del 95%, en la medida en que mayor sea el índice, el riesgo de iliquidez de la empresa proponente es menor, lo que lleva a un menor riesgo financiero general en el proponente, **el valor colocado para el proceso de contratación será mayor o igual a 2,00** según el estudio aproximado de mercado que arrojo un nivel de confianza en un intervalo entre 1.65 y 2.77. Al colocar el valor de 2.00 hacemos que se consigne una condición mínima que refleja la salud financiera de los proponentes a través de su liquidez, mostrando la aptitud del proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato.

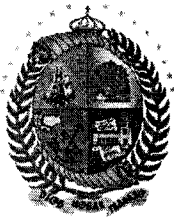
Índice de Endeudamiento (IE):

Determina el grado de endeudamiento en la estructura de financiación (pasivos y patrimonio) del proponente. A mayor índice de endeudamiento, mayor es la probabilidad del proponente de no poder cumplir con sus pasivos.

Se calcula con la siguiente fórmula:

$$IE = \text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$$

El valor colocado para el proceso de contratación será menor o igual a 0.50. El estudio de mercado nos presenta un nivel de confianza en términos estadísticos entre los valores 29% a 50%, rangos que generan una confianza del 95%. Con el 50% de endeudamiento hacemos que se consigne una condición mínima que refleja la salud financiera de los



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

proponentes a través de su endeudamiento, mostrando la aptitud del proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato.

Razón de cobertura de intereses (CI):

Refleja la capacidad del proponente de cumplir con sus obligaciones financieras. A mayor cobertura de intereses, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones financieras. Este indicador es el resultado de la utilidad operacional dividida por los gastos de intereses. Es fundamental para un proveedor estar al día con sus obligaciones financieras, particularmente con la obligación de pagar intereses financieros. Una compañía puede encontrarse en dificultades financieras y operacionales y mantener el giro ordinario de sus negocios por un buen tiempo en la medida en que sea capaz de pagar sus intereses de deuda.

Los proponentes que presenten una utilidad operativa negativa, NO cumplirán con el indicador solicitado.

Se calcula con la siguiente fórmula:

$$CI = \text{Utilidad Operativa} / \text{Gastos Financieros}$$

En el análisis realizado con la muestra representativa integrada por empresas del sector a nivel nacional se genera una media 144.92 veces superior, promedio general que maneja el sector y de referencia para la escogencia de los proponentes, cabe resaltar que entre mayor sea el índice, el riesgo de iliquidez de la empresa proponente es menor, lo que lleva a un menor riesgo financiero general en el proponente. **El valor colocado para el proceso de contratación es Mayor o igual a 4,00 o indeterminado**, es el valor de la mediana que representa el valor que ocupa la posición central de la muestra. El de 2 nos dice que existen valores inferiores y superiores a la mediana, pero que en promedio el valor del sector es que las empresas tienen mayor casi cien veces mayor la utilidad operativa para responder o pagar por los intereses generados en el periodo contable analizado que para este caso fue el 2019.

CAPACIDAD ORGANIZACIONAL

La capacidad organizacional es la aptitud de un proponente para cumplir oportuna y cabalmente el objeto del contrato en función de su organización interna. Dado que la ley no permite tener en cuenta certificaciones independientes sobre la organización de los proponentes como requisitos habilitantes y que la capacidad de organización de una empresa privada para producir resultados para sus clientes y sus accionistas está dada por su rentabilidad, el Decreto 1082 de 2015 definió indicadores de rentabilidad para medir la



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial



Alcaldía de
La Ceja del Tambo

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

capacidad organizacional de un proponente teniendo en cuenta que un actor del sector privado está bien organizado cuando es rentable.

Indicador	Índice requerido
Rentabilidad sobre el patrimonio	Mayor o igual a 0.10
Rentabilidad sobre activos	Mayor o igual a 0.10

Rentabilidad del Patrimonio (ROE):

Determina la rentabilidad del patrimonio del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el patrimonio. A mayor rentabilidad sobre el patrimonio, mayor es la rentabilidad de los accionistas y mejor la capacidad organizacional del proponente.

Se calcula con la siguiente fórmula:

$$ROE = \text{Utilidad Operacional} / \text{Patrimonio}$$

El valor colocado para el proceso de contratación será igual o mayor a 0,10, valor menor a la media que permitirá un mayor rango de confianza, superior al 95% con el propósito de garantizar mayor participación de las empresas del sector, frente a este indicador que refleja la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el patrimonio.

Rentabilidad del Activo (ROA):

Determina la rentabilidad de los activos del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo. A mayor rentabilidad sobre activos, mayor es la rentabilidad del negocio y mejor la capacidad organizacional del proponente. Este indicador debe ser siempre menor o igual que el de rentabilidad sobre patrimonio.

Se calcula con la siguiente fórmula:

$$ROA = \text{Utilidad Operativa} / \text{Activo Total}$$

El valor colocado para el proceso de contratación es igual o superior a 0,10. El estudio de mercado aproximado nos dice que 10%, se encuentra dentro de los intervalos de confianza del 95%, que oscilan entre 0% y 20%.

VALENTINA GALVIS RIVILLAS
Jefe Oficina de Comunicaciones
y relaciones Públicas



SC 4212-1



📍 Calle 20 N 19 - 43 Piso 2, La Ceja (Ant.) - NIT. 890981207-5
☎ 01 8000 42 3030 / (4) 553 14 14 ext 0212
🌐 www.laceja-antioquia.gov.co
✉ alcaldia@laceja-antioquia.gov.co
📮 Código postal - 055010 // Casa consistorial