ESTUDIO DEL SECTOR

OBJETO: PRESTACIÓN DE SERVICIO DE PERIFONEO PARA ADELANTAR CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL EN EL MUNICIPIO DE MADRID

OCTUBRE DE 2026

TABLA DE CONTENIDO

1 Introducción 3
2 Aspectos Generales 3
2.1 Generalidades 3
2.2 Objeto 3
2.4 UNSPSC (United Nations Standard Products and Services Code) 4
3. Estructura del sector 4
3.1 Estudio de la Oferta 4
3.2 Estudio de la demanda 6
4. Estudio Técnico 8
4.1 Condiciones técnicas 8
4.2 Requerimientos mínimos de experiencia dentro del sector 8
5. Análisis Financiero (Requisito Habilitante) 8

1 Introducción

El presente estudio de sector tiene como fin realizar en general una evaluación del mercado colombiano, y en particular analizar del sector específico que presta los servicios de publicidad, con el propósito de lograr una aproximación al estado de cada uno de los aspectos que lo integran y que son fundamentales para la potencialización del uso eficiente y efectivo de los recursos que destinará la entidad para satisfacer la necesidad identificada y que se propone satisfacer a través del presente proceso de contratación. Por tal motivo, el marco del estudio está definido por las condiciones derivadas de la necesidad de la contratación, las cuales es de aclarar, son diferentes en cada caso y conlleva a resultados más específicos que pueden generar mejores herramientas en el desarrollo del proceso contractual.

La importancia del análisis del sector ha sido recalcada en las recomendaciones que la Organización de Cooperación y de Desarrollo Económico (OCDE) le ha formulado al Gobierno Nacional, las cuales buscan promover las buenas prácticas, la transparencia y la promoción de la competencia leal en la contratación pública. Por otro lado, en busca de optimizar el proceso de contratación, el presente documento pretende generar herramientas para entender el mercado del bien o servicio a contratar, para de esta forma lograr los objetivos de eficacia, eficiencia, economía, promoción de la competencia y manejo del riesgo los cuales se acometen en cada uno de los procesos de contratación.

Dado lo anterior, el presente estudio de sector está organizado de la siguiente forma: en primer lugar, se establecen los aspectos generales del estudio, entre estos las generalidades sobre el objeto a contratar. De igual manera se enmarcarán las condiciones fundamentales del proceso de contratación. En segundo lugar, se realiza el análisis de los aspectos generales que componen el sector. En tercer lugar, luego de estudiar el sector y/o los sectores que afectan el proceso, se realiza el análisis de la oferta y la demanda, así como también el análisis técnico preliminar sobre el proceso. Por último, se realiza un estudio financiero con el propósito de establecer parámetros financieros del mercado mediante los cuales se definen los indicadores adecuados como requisito habilitante para el proyecto.

A continuación, se presenta el estudio de sector.

2 Aspectos Generales

2.1 Generalidades

El artículo 209 de la Constitución Política de Colombia, consagra la "publicidad" como uno de los principios de la función administrativa. De acuerdo a lo anterior, el principio de publicidad que orienta la administración pública es uno de los pilares que sustentan cualquier Estado Democrático Constitucional. Así las cosas, este principio consiste en que las actuaciones administrativas en general puedan ser conocidas por cualquier persona, y con mayor énfasis cuando se traten de actos de la administración que lo afecten de manera directa o indirecta.

En concordancia con lo mencionado, el artículo 3º de la Ley 1437 de 2011 por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, provee que: "...Todas las autoridades deberán interpretar y aplicar las disposiciones que regulan las actuaciones y procedimientos administrativos a la luz de los principios consagrados en la Constitución Política, en la Parte Primera de este Código y en las leyes especiales. Las actuaciones administrativas se desarrollarán, especialmente, con arreglo a los principios del debido proceso, igualdad, imparcialidad, buena fe, moralidad, participación, responsabilidad, transparencia, publicidad, coordinación, eficacia, economía y celeridad...".

En virtud del principio de publicidad, las autoridades deben dar 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, notificaciones y publicaciones que

ordene la ley, incluyendo el empleo de tecnologías que permitan difundir de manera masiva tal información en cumplimiento a la normatividad anteriormente señalada.

Si bien por parte del Gobierno Nacional a través del Ministerio de Hacienda con el decreto 397 de 2022 se establece un plan de austeridad, incluida la publicidad, para el caso específico de perifoneo, teniendo en cuenta las características del territorio, se deben establecer acciones de difusión tanto para el sector urbano y rural, teniendo como base los principios de eficiencia, eficacia y acceso a la información. Teniendo en cuenta que Madrid es un municipio con vocación mayormente rural (93% del área del territorio según documento técnico de soporte POT Madrid 2018), la cual en su mayoría no cuenta con acceso a conectividad internet para el uso de herramientas digitales como redes sociales o sitios web, en donde se divulga la información de las actuaciones administrativas de la Alcaldía del municipio.

La Administración Municipal en la implementación de la estrategia de gestión transparente, eficaz y eficiente, establece como mecanismo idóneo para la divulgación de la información el perifoneo, ya que el municipio de Madrid cuenta con una extensión de 120.5 km² de los cuales 113 son rurales, esto conlleva a que tanto la población urbana como rural y más alejada se le posibilite el acceso a la información.

Por lo anteriormente expuesto, se hace necesario contratar el alquiler de vehículo para la difusión de actividades a través de perifoneo con el fin de fortalecer los mecanismos de información y participación comunitaria en las diferentes actividades que adelante la Alcaldía de Madrid, toda vez que actualmente la administración municipal no cuenta con el servicio de publicidad móvil y sonido, ni con el personal idóneo para dar atención a esta necesidad.

2.2 Objeto.

Objeto: PRESTACIÓN DE SERVICIO DE PERIFONEO PARA ADELANTAR CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL EN EL MUNICIPIO DE MADRID

2.4 UNSPSC (United Nations Standard Products and Services Code)

Los códigos UNSPSC por sus siglas en inglés o mejor conocidos como Códigos de Naciones Unidas en español que se presentan a continuación corresponden a los que se encuentran aplicables para la presente contratación:

UNSPSC				
GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
F. SERVICIOS	SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRÁFICAS Y BELLAS ARTES	82 – PUBLICIDAD	10 – PUBLICIDAD	80101600 – PUBLICIDAD DIFUNDIDA
CODIGO: 82101600				

Los códigos anteriormente presentados atienden a las necesidades del mercado y las actividades particulares que enmarcan el proceso que se adelanta.

3. Estructura del sector

Según las cifras de la Encuesta Mensual de Servicios del DANE indican que los servicios prestados en publicidad disminuyeron un 11,9% entre enero y mayo del 2020, comparado con el mismo periodo del 2019. Además, la reducción en las ventas fue del 12,5% y el total de personal ocupado de este renglón de -6,8%.

Por otro lado, de acuerdo con un informe del portal económico sectorial.co, en condiciones normales los sectores con mayor pauta publicitaria en el país son el de servicios, comercio,

automotriz, financiero y Gobierno. Además, la publicidad digital participa en el 25% del total de gasto publicitario, por debajo del regional, que es 39%.

En Colombia, los anunciantes invierten en promedio un 3,6% de la facturación en publicidad. De esa inversión, más de un tercio se destina a digital, lo que representa un incremento del 15% en los últimos dos años. Con un 34,7% de gasto digital, Colombia ya alcanzó el nivel de inversión digital de otros países vecinos como Argentina (33,9%) y México (34,2%), con una cifra igual a la de España y acercándose a Brasil, el país con la mayor inversión en digital del continente (38,7%). Esto muestra un mayor compromiso de los responsables de marketing con los proyectos en el entorno digital.

En cuanto a la calidad del servicio prestado, los anunciantes califican en promedio a sus agencias con un 78%, por encima de la media mundial, lo cual muestra el gran trabajo que hacen las agencias en Colombia para sus clientes.

IAB Colombia (Interactive Advertising Bureau) presentó el reporte de inversión digital 2021, en el cual se confirma que la participación de digital en el total de la industria publicitaria fue del 50% con un incremento de 5 puntos porcentuales respecto al 2020, convirtiéndose en el medio con mayor dinamismo e inversión durante el año.

El 74% de la inversión digital en Colombia, se concentra en Social Media (41,6%) y Video (32,5%) con incrementos que superan el 50% en comparación con 2020. Otros formatos como Influenciadores, Audio digital y Advergaming, lograron incrementos por encima del 70%.

Para Olga Britto, directora ejecutiva de IAB Colombia: *"Hoy los paradigmas de la publicidad son otros, la relación con el consumidor invita a construir estrategias multicanal que faciliten la conexión y comunicación inmediata, el feedback e incluso la posibilidad de adaptar acciones en tiempo real. Creo sin duda que llegar al 50% de inversión publicitaria en digital confirma la transformación cultural de la industria".*

3.1 Estudio de la Oferta

Muestra sobre empresas del sector que han participado en procesos de contratación

Ahora bien, teniendo en cuenta los requerimientos del proceso y el sector definido anteriormente se simplificó el estudio de la oferta a un conglomerado de empresas representativas dentro del sector que han participado en procesos de publicidad.

Esta muestra de empresas surge como base de la información disponible en procesos de contratación similares en SECOP I y II, así como en la información disponible por parte de la Superintendencia de Sociedades. Es de aclarar que: 1. El orden presentado de las empresas no constituye ningún tipo de jerarquización; 2. Las empresas presentadas a continuación es una muestra representativa del mercado las cuales desde las consideraciones realizadas hacen parte del mercado objetivo de empresas que pueden llegar a manifestar interés en la presente contratación que se pretende adelantar, sin embargo, no representan todo el mercado en sí; 3. El listado de empresas no constituye ninguna recomendación al proceso de contratación a adelantar, se presenta únicamente con fines de estudio de la oferta del mercado objetivo del sector.

A continuación, se presenta el consolidado de empresas resultante del análisis realizado bajo los parámetros establecidos.

Tabla 4. Oferta

NUMERO	NOMBRE
1	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO S.A.S
2	DEGRIS S.A.S.
3	LOGROS PUBLICITARIOS S.A.S.

4	VALLAS MODERNAS PUBLICIDAD EXTERIOR DE COLOMBIA S.A.S
5	PUBLICIDAD Y ALGO MAS S.A.S.
6	SPLENDOR PUBLICIDAD S.A
7	GUIBOGA PUBLICIDAD SAS
8	CA PUBLICIDAD Y PROMOCIONES S.A.S
9	AGENCIA DE MEDIOS DEL SUR S.A.S

3.2 Estudio de la demanda

Con el fin de conocer la demanda de procesos con características similares desde el punto de vista técnico, financiero y jurídico, a continuación, se presenta un listado de procesos que cumplen con estos requerimientos y los cuales surgen luego de un estudio exhaustivo de la experiencia nacional en procesos similares. El fin es conocer la demanda de éstos por parte de los mercados y de esta forma apropiar el hecho de que efectivamente son procesos ejecutados que listan una serie de oportunidades por medio de las cuales el país puede aprender en su propósito de seguir impulsando proyectos de esta magnitud.

Tabla 5. Demanda.

NUMERO	# DE PROCESO	TIPO DE PROCESO	OBJETO	ENTIDAD
1	INVITACION PUBLICA SGG-009-2017 CUNDINA	MINIMA CUANTIA	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION DE PUBLICIDAD MOVIL (PERIFONEO) PARA ADELANTAR CAMPAÑAS DE DIFUSION DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA ADMINISTRACION EN LA ZONA RURAL Y URBANA DEL MUNICIPIO DE UBATE	CUNDINAMARCA - ALCALDIA MUNICIPIO DE UBATE
2	MCVG020-22018	MINIMA CUANTIA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MÓVIL (PERIFONEO) Y SONIDO ESTÁTICO, PARA ADELANTAR CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DEL MUNICIPIO DE GUADUAS CUNDINAMARCA	CUNDINAMARCA - ALCALDIA MUNICIPIO DE GUADUAS
3	MS-CPS-132-2020	Contratación Directa	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO LOGISTICO EN	BOYACA - ALCALDIA

			PUBLICIDAD Y PERIFONEO PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES ORGANIZADAS POR EL MUNICIPIO DE SAMACÁ	MUNICIPIO DE SAMACA
4	CPS-099-2020	Contratación Directa	SERVICIOS DE PUBLICIDAD (PERIFONEO) DE LOS DIFERENTES BOLETINES, EVENTOS, PROGRAMAS Y ACTIVIDADES DE DESARROLLO SOCIAL E INFORMATIVO EN PRO DE LA COMUNIDAD	TOLIMA - ALCALDIA MUNICIPIO DE SALDAÑA
5	CD-N 235-2020	Contratación Directa	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN EN LA DIVULGACIÓN, PERIFONEO VEHICULAR, COMUNICACIÓN DE CAMPAÑAS DE CONTROL Y PREVENCIÓN DEL CORONAVIRUS COVID19-, Y DEMÁS INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE VILLANUEVA - LA GUAJIRA	ALCALDIA MUNICIPIO VILLANUEVA - LA GUAJIRA
6	CPS 066 DE 2016	Contratación Directa	PRESTACION DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD Y PERIFONEO PARA LA DIFUSION Y/O PROMOCION DE LOS EVENTOS Y ACTIVIDADES QUE EL MUNICIPIO REQUIERE PARA EL DESARROLLO DE PROGRAMAS SOCIALES EN EL MUNICIPIO DE BECERRIL – CESAR	CESAR - ALCALDIA MUNICIPIO DE BECERRIL
7	CM-2022-01-011	Régimen Especial	PRESTAR EL SERVICIO DE PERIFONEO Y VOLANTEO A TRAVÉS DE CARAVANA DE SCOOTERS, EN SECTORES ALEDAÑOS A LOS CENTROS COMERCIALES Y BARRIOS DONDE SE UBICARÁ LA CÁMARA	VALLE DEL CAUCA - CÁMARA DE COMERCIO DE CALI

			MÓVIL, EN EL MARCO DE LA CAMPAÑA DE RENOVACIÓN 2022	

4. Estudio Técnico

4.1 Condiciones técnicas

El contratista deberá seguir para el cumplimiento de los alcances del contrato. Las Especificaciones Técnicas Mínimas, las cuales enmarcan las características, procedimientos, parámetros y en general todas las definiciones de tipo técnico en las diferentes etapas del mismo que permitan y describan cómo debe hacer el contratista para cumplir con el alcance de acuerdo con los lineamientos que requiere la Entidad, sin perjuicio de cumplir con todos los documentos que hagan parte integral del documento de estudios previos.

4.2 Requerimientos mínimos de experiencia dentro del sector

Para la definición de los criterios de experiencia, se analizó la información concebida en este. El proponente deberá acreditar su experiencia específica con la presentación de hasta dos (02) certificaciones o las correspondientes actas de liquidación de contratos que se encuentren ejecutados, terminados y/o liquidados cuyo objeto debe corresponder a servicios relacionados en el servicio a contratar y que su sumatoria sea mayor o igual al cien por ciento (100%) del valor del presupuesto oficial estimado.

5. Análisis Financiero (Requisito Habilitante)

De acuerdo con las guías de Colombia Compra Eficiente para el presente estudio no se precisa realizar análisis financiero.

Elaboración.	Revisión.	Aprobación.
Firma: Laura Rodriguez R.	**Firma:**	**Firma:**
Nombre: LAURA RODRIGUEZ **Cargo: Profesional Sec Jurídica**	**Nombre: JUAN CARLOS RODRIGUEZ** **Cargo: Director OPIC**	**Nombre: JUAN CARLOS RODRIGUEZ** **Cargo: Director OPIC**