

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 1 de 14

## **ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO**

### **OBJETO**


Prestar los servicios como central de medios para la creación, planeación, ejecución y evaluación de las estrategias de comunicación y plan de medios para los Contratos y/o Convenios Interadministrativos suscritos por Teveandina Ltda. Todo de conformidad con la naturaleza del servicio y la propuesta presentada por el contratista, la cual hace parte de la presente contratación.

**abril de 2021**

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 2 de 14

## Contenido

<b>1. Descripción de la Necesidad.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Sector Económico .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Análisis del Mercado .....</b>	<b>4</b>
<b>3.1. Aspecto Económico:.....</b>	<b>4</b>
<b>3.1.1. Variables Económicas que Afectan el sector.....</b>	<b>6</b>
<b>3.2. Aspecto Técnico .....</b>	<b>7</b>
<b>3.3. Aspecto Regulatorio: .....</b>	<b>11</b>
<b>3.3.1. Determinación Indicadores Financieros.....</b>	<b>12</b>
<b>4. Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado.....</b>	<b>12</b>
<b>5. Conclusiones.....</b>	<b>13</b>
<b>6. Anexos.....</b>	<b>14</b>

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 3 de 14

## 1. Descripción de la Necesidad.

El CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA LTDA. en adelante TEVEANDINA LTDA., tiene por objeto principal la prestación y explotación del servicio de televisión regional, de conformidad con los fines y principios del servicio de televisión establecidos en las Leyes 182 de 1995, 335 de 1996 y 680 de 2001 y, así mismo, presta, opera y comercializa el servicio público de televisión regional, para lo cual desarrolla las actividades enmarcadas en la producción, coproducción, programación, emisión y comercialización, y en general todas actividades que conducen al desarrollo del objeto social para el cual fue creada como Empresa Industrial y Comercial del Estado, con sujeción a las normas especiales legales vigentes de derecho privado.

Mediante el Decreto 878 de 1998, que aprobó los Estatutos Internos y demás reformas estatutarias, se estableció que la Entidad tiene como actividades principales, el manejo, la explotación y la comercialización del servicio de televisión dentro del territorio nacional, e igualmente, la prestación de servicios de comercialización de espacios en medios de comunicación, así como en eventos desarrollados para los mismos.


TEVEANDINA LTDA., desarrolla su actividad contractual enmarcada dentro de los postulados del derecho privado, así como las condiciones normativas indicadas en el artículo 37 de la Ley 182 de 1995, el artículo 14 de la Ley 1150 de 2007 modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011 y su Manual de Contratación adoptado mediante el Acuerdo 008 de 2017 y las normas que lo modifiquen o adicione, y para el desarrollo de su objeto principal y el funcionamiento de la Entidad, es así que para el desarrollo de su objeto social puede suscribir contratos, convenios y contratos interadministrativos, entre otros, en los cuales se obliga a ejecutar proyectos relacionados con su objeto misional y demás actividades previstas en sus estatutos.

Asimismo, en el marco del Acuerdo 008 de 2015, se realizó reforma a los Estatutos Internos del Canal, y mediante el artículo 6. estableció las actividades que el Canal podrá ejecutar en desarrollo de su objeto social, dentro de las cuales se consagraron: "(...) 16. *Suscribir convenios y/o contratos para prestar servicios de asesoría e implementación en materia de comercialización, mercadeo de espacios (en medios ATL, BTL y digitales) y posicionamiento de marca en medios de comunicación y demás actividades conexas (...)*".

En virtud de lo anterior, TEVEANDINA LTDA., para el desarrollo de su objeto social puede suscribir convenios y contratos interadministrativos, entre otros, en los cuales se obliga a ejecutar proyectos relacionados con su objeto misional y demás actividades previstas en sus estatutos.

Que durante lo transcurrido de la vigencia del 2021 TEVEANDINA LTDA tiene proyectos como fuente de financiación, tales como:

- **Convenio Interadministrativo No. 670 de 2021**, suscrito con el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - FONDO UNICO DE TIC, cuyo objeto es: "Elaborar y producir contenidos audiovisuales y/o multiplataforma que permitan difundir, promover y socializar los programas y proyectos del MinTIC y el Fondo Único TIC para incentivar el uso y apropiación de las TIC."
- **Contrato Interadministrativo No. COI-657-2021** suscrito con el Ministerio del Deporte, cuyo objeto es: "*Prestación de servicios ATL y BTL contemplados en el plan de medios del Ministerio del Deporte en los espacios destinados a informar a la opinión pública sobre la gestión de la entidad*"

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 4 de 14

Por lo anterior, y para dar cumplimiento a los compromisos señalados en el contrato y convenio Interadministrativos antes mencionados, en especial en lo que compete a los servicios como central de medios para la creación, planeación, ejecución y evaluación de las estrategias de comunicación y plan de medios se hace necesario que TEVEANDINA LTDA., adelante un proceso de selección público de acuerdo con lo establecido por su manual de contratación para contratar una empresa que preste el servicio especializado de central de medios, con experiencia en sector para cumplir con el objeto ya descrito.

TEVEANDINA LTDA., para adelantar la ejecución de las necesidades derivadas de sus clientes y de los Contratos Interadministrativos suscritos en virtud de su objeto social cuenta con su manual de contratación que permite la celebración de contratos, mediante la adopción de procesos de selección tales como la **OFERTA POR INVITACIÓN** que garanticen la pluralidad de oferentes y la selección objetiva de contratistas y proveedores con los cuales se realice la adquisición de los bienes, obras y servicios requeridos; y así atender de manera competitiva y satisfactoria las necesidades de sus clientes y de los proyectos que se ejecutan en el marco de los convenios, a través de procesos simplificados.

En consecuencia, la Entidad requiere realizar un proceso objetivo y transparente de selección en la modalidad de **OFERTA POR INVITACIÓN** teniendo en cuenta la especificidad técnica y el hecho de actuar como Ejecutor en el desarrollo de Convenios y en este caso específico del Contrato Interadministrativo suscrito con MinDeportes y el Convenio suscrito con el Fondo Único de Tic, y a su vez que permita escoger el proponente que acredite las calidades técnicas, financieras y jurídicas para llevar a cabo las necesidades del canal frente a los servicios de central de medios que debe cubrir en el marco de los contratos y/o convenios Interadministrativos suscritos a lo largo de la vigencia 2021.

## 2. Sector Económico

En virtud, de las obligaciones contractuales contraídas por TEVEANDINA Ltda., mediante los negocios jurídicos interadministrativos multicitados, se hace necesario realizar proceso de selección del futuro contratista. A continuación, se presenta el análisis correspondiente al sector económico de Información y comunicación, al cual pertenece al objeto del contrato. Es decir, el análisis del mercado relativo al proceso de contratación. Para ello, se hace una revisión de los aspectos generales del mercado, cómo y quiénes pueden Prestar los servicios como central de medios para la creación, planeación, ejecución y evaluación de las estrategias de comunicación y plan de medios para los Contratos y/o Convenios Interadministrativos suscritos por Teveandina Ltda.

## 3. Análisis del Mercado


Se analizarán a continuación los siguientes aspectos: Económico, Técnico y Regulatorio.

### 3.1. Aspecto Económico:

Esta actividad pertenece al sector de Información y Comunicación, y las actividades a desarrollar al subsector de Comunicaciones; y en dicho subsector se pueden encontrar empresas que presten los servicios como central de medios para la creación, planeación, ejecución y evaluación de las estrategias de comunicación y plan de medios para los Contratos y/o Convenios Interadministrativos suscritos por Teveandina Ltda.

En enero de 2021, seis de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con enero de 2020.

Se toma como referente la Encuesta Mensual de Servicios (EMS) correspondiente al mes de enero de 2021, teniendo en cuenta que este boletín técnico, es el más reciente que ha emitido el DANE, en consecuencia, es el más idóneo para realizar el comparativo en cuanto a la variación del mismo mes para los años 2019 - 2020.

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018
		<b>Página:</b> 5 de 14

## Encuesta Mensual de Servicios (EMS)

Enero de 2021

**Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios Total Nacional Enero 2021<sup>P</sup>**




Fuente: Boletín DANE enero 2021 <sup>1</sup>

- El siguiente listado recopila las empresas cotizadas en el sector

PROVEEDOR	CORREO
<b>CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A</b>	<a href="mailto:ghernandez@grupocnm.com">ghernandez@grupocnm.com</a>
<b>DORTIZ PUBLICIDAD Y MEDIOS SAS</b>	<a href="mailto:mariamercedestellez@gmail.com">mariamercedestellez@gmail.com</a>
	<a href="mailto:dane.ortiz@dortiz.com.co">dane.ortiz@dortiz.com.co</a>
<b>ESTRELLA GRUPO EMPRESARIAL SA</b>	<a href="mailto:jeannethbernal@estrella.com.co">jeannethbernal@estrella.com.co</a>
<b>GRUPO ONE SAS</b>	<a href="mailto:sandra.moscoso@grupoone.com">sandra.moscoso@grupoone.com</a>
	<a href="mailto:maria.herrera@grupoone.com">maria.herrera@grupoone.com</a>
<b>HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.</b>	<a href="mailto:margarita.arevalo@havasmg.com">margarita.arevalo@havasmg.com</a>
<b>OMD Colombia S.A.S</b>	<a href="mailto:cfranco@omd.com.co">cfranco@omd.com.co</a>
	<a href="mailto:hpena@omed.com.co">hpena@omed.com.co</a>

<sup>1</sup> [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol\\_ipc\\_enero21.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_enero21.pdf)

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 6 de 14

	<a href="mailto:jforero@omd.com.co">jforero@omd.com.co</a>
<b>QUIROGA AGENCIA MEDIOS SUCURSAL COLOMBIA</b>	<a href="mailto:gsuarez@quirogamedios.com">gsuarez@quirogamedios.com</a>
<b>UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S.</b>	<a href="mailto:mmartinez@universalcomunicaciones.com">mmartinez@universalcomunicaciones.com</a>
	<a href="mailto:gbonilla@universalcomunicaciones.com">gbonilla@universalcomunicaciones.com</a>
<b>YUJU PUBLICIDAD</b>	<a href="mailto:willydiaz@yujupublicidad.com">willydiaz@yujupublicidad.com</a>

### 3.1.1. Variables Económicas que Afectan el sector

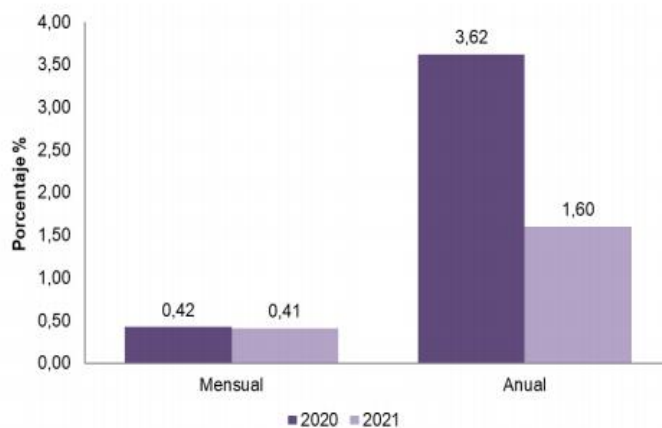
- **IPC (Índices Precios al Consumidor)**



## Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Enero 2021

Gráfico 1. IPC Variaciones  
Total nacional  
Enero 2020 - 2021



Fuente: Boletín Técnico IPC DANE enero 2021

En el mes de enero de 2021, el IPC registró una variación de 0,41% en comparación con diciembre de 2020, tres divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,41%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,44%), Transporte (0,70%) y por último, Restaurantes y hoteles (0,65%). Por debajo se ubicaron: Bienes y servicios diversos (0,37%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,26%), Salud (0,26%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,20%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,13%), Educación (0,00%), Información y comunicación (-0,16%), Prendas de vestir y calzado (-0,41%) y, por último, Recreación y cultura (-0,82%).<sup>2</sup>

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,41%), se ubicaron en las divisiones de: Alimentos y

<sup>2</sup> [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol\\_ipc\\_ene21.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_ene21.pdf)

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 7 de 14

bebidas no alcohólicas, Transporte y Restaurantes y hoteles, las cuales aportaron 0,38 puntos porcentuales a la variación total.

- **PIB:** Producto Interno Bruto



Fuente: Boletín DANE año 2020

- **Comportamiento del mercado**

Teveandina LTDA, en cumplimiento del objeto misional inmerso en sus estatutos que versa sobre “la prestación y explotación del servicio de televisión regional, de conformidad con los fines y principios del servicio de televisión establecidos en la Ley 182 de 1995.

Así mismo podrá prestar otros servicios de telecomunicaciones y de aplicaciones que permitan la convergencia digital, así como las demás actividades descritas en los presentes estatutos.” y en consideración del Contrato Interadministrativo No. COI-657-2021 suscrito con el Ministerio del Deporte y el convenio Interadministrativo No. 670 de 2021 suscrito con el Fondo Único de Tic, es necesario atender obligaciones de Prestar los servicios como central de medios para la creación, planeación, ejecución y evaluación de las estrategias de comunicación y plan de medios para los Contratos y/o Convenios Interadministrativos suscritos por Teveandina Ltda.

### 3.2. Aspecto Técnico

Para la prestación de este servicio se requiere cumplir con los siguientes aspectos técnicos:


#### Obligaciones concernientes al FEE MENSUAL:

##### **a. Coordinador de Medios, ATL y digital:**

FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA
Profesional en comunicación social, mercadeo y publicidad, administración de empresas o carreras afines.	Mínimo cinco (5) años de experiencia contados a partir de la terminación y aprobación del pensum académico de educación superior, en el área de comunicaciones, publicidad, servicio al cliente/usuario, planeación estratégica y medios.	Cinco (5) años como director de cuentas y/o de medios en cargos que manejen medios de comunicación masivos o en centrales de medios.

##### **b. Junior Campaign Manager ATL Y DIGITAL:**

FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA
Profesional en Comunicación Social, Mercadeo y	Mínimo (3) años de experiencia contados a partir de la terminación y	Dos (2) años en compra e implementación de campañas

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018
		<b>Página:</b> 8 de 14

Publicidad, Administración de Empresas o carreras afines.	aprobación del pensum académico de educación superior, en áreas de publicidad, mercadeo, comunicaciones o medios.	de publicidad y medios en Tv, radio y plataformas digitales de subasta (Google – Facebook – compra programática), entre otras.
---	---	--

**Nota:** Para cada rol se requiere con una persona diferente.

El equipo humano antes descrito debe llevar cabo las actividades relacionadas a continuación:

- a) El equipo de medios, presentado por el CONTRATISTA, se debe involucrar y presentar propuestas sobre la implementación de piezas complementarias que se considere pertinentes para alcanzar los objetivos expuestos, siempre y cuando su elaboración no vaya en contra de los lineamientos de la marca enmarcados en el manual o exceda el presupuesto asignado para la ejecución del contrato.
- b) Entregar al Supervisor del Contrato todos los documentos, reportes escritos, desarrollo de herramientas estratégicas, análisis de competencia, revisión de tendencias, información de consumidor, entre otros, que se hayan realizado y aportado durante la fase de planeación y en general durante la ejecución del Contrato. La entrega de la información debe realizarse con los informes mensuales si hubo lugar a ellos.
- c) Elaborar y entregar mensualmente al supervisor del Contrato, un informe cualitativo y cuantitativo que le permita evaluar los resultados de su inversión en cada una de las campañas y medios de comunicación que se autoricen. Para estos efectos, el CONTRATISTA deberá contar con las principales herramientas, estudios y aplicaciones necesarias, como lo son el EGM, IBOPE, ECAR, herramientas de medición digital y otras. Entregar un informe de cierre consolidado
- d) Entregar al supervisor del contrato un estudio completo de cada uno de los target y competencia que maneje el cliente para cada campaña de la percepción de los ciudadanos respecto a las campañas institucionales implementadas en la entidad que contemple: Post test: estudio cuantitativo donde se evalúe las personas que vieron la campaña, en qué medios, cuántos ciudadanos fueron persuadidos con el mensaje y qué cambios de actitudes y hábitos logran manifestar los ciudadanos con los mensajes vistos, así como el cumplimiento de los indicadores propuestos.

### 3.1.2 Obligaciones concernientes a la AGENCIA DE MEDIOS:

1. Para las campañas se debe tener en cuenta:

- a) Realizar a solicitud de TEVEANDINA la entrega de los documentos, reportes escritos, desarrollo de herramientas estratégicas, análisis de competencia, revisión de tendencias, información de consumidor, estrategia digital, entre otros, que se hayan realizado y aportado durante la fase de planeación y en general durante la ejecución del objeto contractual para EL CLIENTE


2. La creación de campañas comprende las siguientes actividades:

- a) Presentación argumentada para cada campaña de manera integral, la cual debe incluir:
  - Mínimo los siguientes aspectos clave del brief (Ej. antecedentes, grupo objetivo, datos relevantes de la competencia, objetivos de comunicación, objetivos estratégicos, entre otros, target, consumo de medios)
  - Propuesta de medios y canales sugeridos para la divulgación de la campaña: medios 360°, tanto internos como externos de EL CLIENTE (según corresponda, de acuerdo con los objetivos de la campaña).
  - KPI`S Propuestos

3. Las campañas podrán ser de tipo:


- **Institucional:** Comunicación y divulgación externa e interna sobre productos, servicios, gestión, direccionamiento estratégico y demás información necesaria para el posicionamiento de la empresa, eventos, imagen y marca hacia los grupos de interés.
- **Digital:** Donde la fortaleza sean los contenidos para redes sociales.



	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 9 de 14

**4.** La creación del plan de medios comprende las siguientes actividades:

- a) Elaborar el análisis y listado de medios (digitales, prensa, OHH, TV y radio) idóneos para la transmisión de los mensajes de comunicación, divulgación, educación, posicionamiento y gestión reputacional, de acuerdo con el concepto comunicacional de la campaña creativa.
- b) Realizar un análisis y diagnóstico de EL CLIENTE y con base en esto, elaborar y proponer estrategias para realizar de manera asertiva, la divulgación de las piezas de las campañas (Audiovisuales, piezas gráficas, cuñas, contenidos para prensa, revistas y digital, etc.) a los diferentes grupos de interés definidos por EL CLIENTE.
- c) Soportar el plan de medios de cada campaña con estudios de mercado y herramientas especializadas y reputadas en medios de comunicación masivos y digitales a nivel nacional, tales como: IBOPE, EGM, IGT, ECAR y estudios propios, entre otros.
- d) Garantizar que los medios seleccionados para cada uno de los planes de medios se adapten a las características de cada uno de los segmentos o grupos de interés del cliente, a quien va dirigida la campaña y soportarlo con herramientas.
- e) Definir a solicitud de EL CLIENTE, la frecuencia (número de veces que queremos que este público reciba el mensaje), alcance (número de personas del público objetivo) y posicionamiento (nivel de efecto o impacto que se quiere alcanzar en la memoria de los grupos de interés) y cobertura de los medios de comunicación propuestos en el plan de medios.
- f) Presentar la programación y distribución del presupuesto asignado para cada campaña y planes de medios.
- g) Definir y presentar a TEVEANDINA, los indicadores y herramientas a través de los cuales se va a realizar la medición del impacto de cada uno de los planes de medios y los objetivos de comunicación de la campaña. Así como los resultados y recomendaciones de las mediciones realizadas
- h) Presentar un informe por cada campaña y plan de medios con el presupuesto asignado y ejecutado, objetivos, medios utilizados, especificando: cobertura, frecuencia, alcance y números de inserciones o apariciones, KPI` S.
- i) Presentar para aprobación cada uno de los planes de medios a TEVEANDINA LTDA.
- j) Realizar la divulgación de la campaña creativa de acuerdo con cada uno de los planes de medios solicitados aprobados y programados por EL CLIENTE.
- k) Realizar todas las actividades necesarias para divulgar el plan de medios que apruebe EL CLIENTE, a través del supervisor del Contrato.
- l) Desarrollar mediciones del alcance, cobertura, frecuencia, generación de leads, entre otros, de los mensajes institucionales emitidos por parte de proveedores y presentar informe correspondiente al supervisor del Contrato durante el desarrollo y a la culminación de cada campaña.
- m) Seleccionar los espacios de prensa, programación de TV o radio, piezas exteriores y medios digitales, entre otros, en los que se van a insertar o publicar los diferentes mensajes. Presentar ventajas y desventajas para cada uno de los medios propuestos y análisis comparativo de las inversiones en los mix de medios.
- n) Controlar y realizar seguimiento para que la pauta sea emitida en los diferentes medios, en los horarios, días y espacios establecidos y ordenados por EL CLIENTE, y notificar inmediatamente en el caso de identificar pauta no emitida a TEVEANDINA LTDA.
- o) Garantizar y supervisar la ejecución del plan de medios de las distintas campañas de comunicación, divulgación, educación, posicionamiento y gestión reputacional que se elaboren, para lo cual deberá disponer de todo el equipo de trabajo necesario para ello y de las herramientas tecnológicas que se requieran.
- p) Presentar el cronograma detallado de cada uno de los planes de medios solicitados por EL CLIENTE, a TEVEANDINA LTDA.
- q) Presentar Flow por cada plan de medios con su respectivo alcance y soportes de la recomendación
- r) Informe de postbuy con los respectivas implementaciones y/o soportes de pauta emitida.
- s) Presentar el presupuesto detallado del plan de medios por cada campaña, discriminado por medios de comunicación, kpis esperados, alcance, costo por impacto, costo por lead, entre otros; definidos por EL CLIENTE, para aprobación previa por parte del supervisor del Contrato.

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 10 de 14

- t) Definir y presentar al Supervisor del Contrato, los indicadores y herramientas que permitan medir la efectividad de la campaña y el plan de medios para un manejo eficiente de los recursos y objetivos de la entidad.
- u) Programar, distribuir y optimizar el presupuesto disponible entre los diferentes medios seleccionados durante el plazo de duración de cada campaña.

## 5. ENTREGABLES:

El CONTRATISTA debe hacer entrega de:

- a) Documentos, actas, reportes escritos, análisis de competencias, revisión de tendencias, información de consumidor, resultados de las herramientas aplicadas, entre otros, que se hayan realizado y aportado durante la fase de planeación y en general, durante la ejecución del contrato.
- b) Análisis de categorías y segmentos de estudios como: estudios generales de medios (EGM), estudio continuo de audiencia radial (ECAR), IBOPE, TGI, estudios propios y otros estudios necesarios que se hayan realizado en la ejecución del contrato.
- c) Y demás entregables que se hayan desarrollado en el marco del contrato o en los formatos que requiera el CLIENTE.

### 3.1.3 Obligaciones concernientes a la Fase de Administración:

- a) Entregar a TEVEANDINA LTDA copia (ejemplares) de las publicaciones impresas y/o copia de las pautas y certificaciones de la emisión de las cuñas realizadas en los diferentes medios de acuerdo con los requerimientos de cada proceso y codificación de campañas.
- b) Proponer y ejecutar el plan de medios para cada campaña teniendo en cuenta el contenido, el propósito del mensaje y la población a la cual va dirigido (grupos de interés).
- c) Deberá cumplir con las condiciones de porcentaje (%) ofrecido sobre el valor del Contrato para "Bonificaciones y Free Press", poniendo a consideración de EL CLIENTE las propuestas de free press en los diferentes medios de comunicación (prensa, radio, TV y digital), así como propuestas para apariciones de EL CLIENTE (Especiales, separatas, entrevistas, entre otros) sin que genere costo alguno. Esta obligación se dará por cumplida cuando el mínimo del porcentaje ofrecido se consuma durante toda la vigencia de este, previa aprobación del supervisor y previa comprobación de los soportes entregados en la frecuencia y formatos establecidos por EL CLIENTE al inicio del contrato. De identificarse que el porcentaje ofrecido por el CONTRATISTA está por debajo de lo propuesto, se aplicarán las cláusulas establecidas en el presente contrato. Para el caso que el porcentaje ofrecido supere lo propuesto, siendo favorable para EL CLIENTE, se entenderá que es un valor agregado del CONTRATISTA y no generará ningún costo o recargo adicional para la entidad.

<b>PORCENTAJE MÍNIMO DE BONIFICADOS Y FREE PRESS</b>	44%
--	-----

**Nota:** El porcentaje de bonificados y free press NO aplica sobre el presupuesto que sea ordenado en pauta en las pantallas de Canal Trece.

- d) Conceder el mayor porcentaje de descuento a TEVEANDINA LTDA., sobre el valor que el proponente facture por los servicios de divulgación.

**Nota 1:** El porcentaje de descuento NO podrá ser inferior al (4.5%).

**Nota 2:** La base para aplicar el porcentaje de descuento será el valor facturado por cada uno de los medios.

**Nota 3:** El porcentaje de descuento otorgado debe discriminarse en la factura emitida por la Agencia a TEVEANDINA LTDA.

**Nota 4:** El Contratista NO aplicará este descuento a la pauta solicitada en las pantallas de Canal Trece.

**Nota 5:** De igual manera Tevenadina Ltda. no reconocerá descuentos por volumen ni incentivos

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 11 de 14

comerciales, para pauta ordenada en las pantallas de Canal Trece.

Desde el punto de vista técnico, es viable la contratación de los bienes antes enunciados, teniendo en cuenta que estos servicios se encuentran sectorizados en un grupo específico del mercado.

Las características técnicas para Prestar los servicios como central de medios para la creación, planeación, ejecución y evaluación de las estrategias de comunicación y plan de medios para los Contratos y/o Convenios Interadministrativos suscritos por Teveandina Ltda., se clasifican en obligaciones específicas enfocadas a la prestación de servicios con calidad técnica que satisfagan las necesidades y requerimientos concadenados a los negocios jurídicos Interadministrativos multicitados. Las obligaciones específicas que se definen son aquellas de obligatoria realización para garantizar que todos los requerimientos que conforman el cumplimiento cabal del objeto a adquirir se encuentren en servicio de forma oportuna, con calidad y con los resultados requeridos.

La correcta ejecución de estas actividades se verificará a través de informes, visitas de supervisión por parte del personal designado por Teveandina Ltda. y por información concreta que sea solicitada al CONTRATISTA en el momento que Teveandina Ltda. lo determine.

### 3.3. Aspecto Regulatorio:

Analizado el objeto del presente proceso, el cual es "***Prestar los servicios como central de medios para la creación, planeación, ejecución y evaluación de las estrategias de comunicación y plan de medios para los Contratos y/o Convenios Interadministrativos suscritos por Teveandina Ltda.***", así mismo la Entidad actúa como una Empresa Industrial y Comercial del Estado, el marco legal y de conformidad con lo establecido en el Manual de Contratación, Acuerdo No. 008 de 2017, el proceso que se adelantará mediante **OFERTA POR INVITACIÓN** y la contratación que se derive, está regido por la Constitución Política, las disposiciones legales, reglamentarias y regulatorias vigentes, en particular por lo dispuesto en el art. 37 de la Ley 182 de 1995, art. 13 y 14 de la Ley 1150 de 2007, el art. 93 de la Ley 1474 de 2011, así mismo como el principio de la función pública, la gestión fiscal y selección objetiva, las disposiciones cambiarias, y las demás normas concordantes que rijan o lleguen a regir los aspectos del presente proceso de selección.


De otro lado, en el presente proceso podrán participar personas naturales o jurídicas, públicas y privadas, nacionales o extranjeras, que a la fecha de presentación de la cotización tengan una actividad directamente relacionada con el objeto del presente proceso, a las cuales se les verificará la capacidad jurídica para asumir las obligaciones derivadas del contrato en relación directa con el objeto social de las empresas proponentes y la aptitud jurídica de sus representantes, de otro lado, se deberá dar cumplimiento del pago de aportes parafiscales en los términos del Art. 50 de la Ley 789 de 2002 y la inexistencia de causales de inhabilidad o incompatibilidad legal para contratar con el Estado.

El objeto contractual comercialmente está permitido y regulado por el Código Civil y de Comercio, por cuanto se establecen características especiales para el cumplimiento del objeto del presente proceso de selección y son servicios que se encuentran en el mercado regulado por las normas de comercio colombiano. TEVEANDINA LTDA., tiene la capacidad jurídica para adquirir estos servicios y está en capacidad de contraer derechos y obligaciones, además de poderlos hacer exigibles dentro del proceso.

Analizado el objeto del presente proceso, legalmente es viable, ya que el objeto que sustenta el desarrollo del proceso contractual es de carácter lícito, y desarrolla los preceptos que incorporan los artículos 1518 y 1519 del Código Civil.

En particular, el marco regulatorio del objeto contractual se encuadra en la siguiente normatividad:

- Constitución Política de Colombia de 1991
- CÓDIGO DE COMERCIO.
- Art. 13 y 14 de la Ley 1150 de 2007, por medio de la 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 con recursos públicos.
- Ley 1474 de 2011 (Estatuto Anticorrupción)

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 12 de 14

- Manual de Contratación TEVEANDINA LTDA. Acuerdo No. 008 de 2017
- Estatuto del Consumidor
- Estatuto Tributario
- Ley 1940 del 26 de noviembre de 2018, artículo 81 "Plan Austeridad del Gasto".
- Las demás normas que rijan o lleguen a regir los aspectos relacionados con la materia y aspectos del presente proceso

### 3.3.1. Determinación Indicadores Financieros<sup>3</sup>

Con el fin de determinar los indicadores financieros y organizacionales que garanticen la ejecución financiera del proyecto, se tomó la información financiera vigente reportada en el RUP por empresas del sector:

NIT	Tercero	K Trabajo	Liquidez	Endeudamiento	Patrimonio	Rentabilidad Patrimonio	Rentabilidad Activo
800,122,094	CENTRAL PROMOTORA DE MEDIOS S.A.S.	1,269,001,059	4.32	30%	2,322,212,614	10%	7%
830,075,011	CENTURY MEDIA S A S	5,067,807,894	2.43	54%	5,067,225,978	11%	5%
900,204,473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS	3,881,202,617	3.21	44%	3,271,203,904	20%	11%
860,070,624	GRUPO ONE SAS	1,235,571,000	2.09	55%	1,121,916,000	16%	7%
830,069,499	CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS SA	5,557,618,163	7.10	58%	3,289,718,711	19%	8%
830,107,841	SINTONIZAR MEDIOS SAS	2,220,986,425	1.52	61%	2,758,072,518	45%	17%
811,006,904	ESTRELLA GRUPO EMPRESARIAL	3,258,259,766	2.22	53%	4,804,151,989	19%	9%
830,122,379	MARKETING PROCESOS Y GESTION MAPROGES SA	329,057,196	3.56	12%	935,870,399	8%	7%


De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta además otras variables como la cuantía de los recursos a ejecutar, tipo de servicio y diversidad de oferentes, se recomiendan los siguientes indicadores financieros y organizacionales:

Indicador	Requerimiento
K Trabajo	40% o > al valor del proyecto
Liquidez	1.5 o Mayor
Endeudamiento	60% o <
Patrimonio	50% o > al valor del proyecto
Rentabilidad Patrimonio	8% o mayor
Rentabilidad Activo	4% o mayor

### 4. Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado

Teniendo en cuenta la naturaleza del servicio a contratar la Entidad estimó un sondeo en el mercado para verificar el comportamiento del sector en el que se encuentra el servicio, donde se emitieron nueve (9) Solicitudes de cotización para "**Prestar los servicios de elaboración y diseño para la implementación de la estrategia Prestar los servicios como central de medios para la creación, planeación, ejecución y evaluación de las estrategias de comunicación y plan de medios para los Contratos y/o Convenios Interadministrativos suscritos por Teveandina Ltda.**", por medio de correos electrónico, recibándose tres (3) cotizaciones, se tomaron como referencia con las cuales se efectuó el siguiente cuadro comparativo de precios:

<sup>3</sup> Análisis a cargo de Gustavo Alberto Delgado Bautista – Coordinador de Presupuesto y Contabilidad Teveandina Ltda.

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 13 de 14

MEDIO	ESTRELLA	PUNTAJE	UNIVERSAL G	PUNTAJE	YUJU P	PUNAJE	PROMEDIOS
TELEVISIÓN NACIONAL	4%	0.8	25%	5.0	45%	9.0	25%
TELEVISIÓN REGIONAL	4%	0.5	22%	2.8	40%	5.0	22%
RADIO NACIONAL	4%	0.5	25%	3.2	70%	9.0	33%
RADIO REGIONAL	4%	0.3	40%	2.7	75%	5.0	40%
RADIO COMUNITARIAS REGIONALES INDEPENDIENTES	4%	0.1	30%	0.9	70%	2.0	35%
PRENSA NACIONAL	4%	0.4	50%	5.0	45%	4.5	33%
PRENSA REGIONAL	4%	0.4	50%	5.0	40%	4.0	31%
<b>CENTRAL DE MEDIOS</b>	<b>ESTRELLA</b>		<b>UNIVERSAL G</b>		<b>YUJU P</b>		
BONIFICADOS Y FREE PRESS	5%	10	10%	20	1%	2	5%
<b>%</b>	<b>ESTRELLA</b>		<b>UNIVERSAL G</b>		<b>YUJU P</b>		
Porcentaje de descuento por servicios de divulgación	4%	22.9	7%	40	4%	22.9	5%
<b>PUNTUACION TOTALES:</b>	<b>35.9</b>		<b>84.55</b>		<b>63.4</b>		

No obstante lo anterior, el estudio realizado en el mercado arrojó resultados atípicos que no permiten realizar una comparación y posterior promediación para establecer los porcentajes base del proceso de selección; es por lo que para la estructuración del presente proceso se apela al comparativo a través de históricos de procesos de la misma naturaleza, celebrados por la entidad en los últimos dos (2) años, arrojando los siguientes resultados:


#### **HISTORICO CENTRAL DE MEDIOS %<sup>4</sup>**

MEDIO	CPS 492 DE 2019	CPS 300 DE 2020	CPS 651 DE 2020	PROMEDIOS
TELEVISIÓN NACIONAL	25%	25%	20%	23%
TELEVISIÓN REGIONAL	30%	30%	25%	28%
RADIO NACIONAL	60%	60%	23%	48%
RADIO REGIONAL	65%	65%	50%	60%
RADIO COMUNITARIAS - REGIONALES INDEPENDIENTES	80%	80%	38%	66%
PRENSA NACIONAL	30%	30%	40%	33%
PRENSA REGIONAL	20%	20%	30%	23%
<b>CENTRAL DE MEDIOS</b>				
BONIFICADOS Y FREE PRESS	50%	65%	18%	44%
<b>%</b>				
Porcentaje de descuento por servicios de divulgación	3%	3,5%	7%	4,50%

## **5. Conclusiones**

1. El Presupuesto oficial estimado para la presente contratación tiene como referencia el valor asignado al plan de medios cotizado en el Contrato Interadministrativo No. COI-657-2021 suscrito con el

<sup>4</sup> Los valores de descuento base obedecen a la promediación arrojada en el estudio del sector.

	<b>SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>Código:</b> MA-GC-F52
	<b>GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	<b>Versión:</b> 0
	<b>ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.</b>	<b>Fecha:</b> 26/11/2018 <b>Página:</b> 14 de 14

Ministerio del Deporte y del Convenio Interadministrativo No. 670 de 2021, suscrito con el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - FONDO UNICO DE TIC, por lo que, el presupuesto para la presente contratación asciende a la suma de hasta: **TRES MIL MILLONES DE PESOS M/CTE (\$3.000.000.000)** incluido IVA y todos los costos e impuestos a que haya lugar. Distribuido presupuestalmente de la siguiente manera:

\$	3.000.000.000	total
\$	1.757.000.000	convenio
\$	1.243.000.000	Mindeporte

2. Clasificación UNSPSC: De acuerdo con la guía de bienes y servicios usando el sistema de Codificación Estándar de Productos y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC) sugerida por Colombia Compra Eficiente, para el análisis del sector y estudio de mercado se evidencia que los servicios a contratar se clasifican así:

**Código UNSPSC 82101801 Producto: Servicios de campañas publicitarias**

3. **Tiempo de Prestación de Servicio:** El tiempo de ejecución será hasta el 31 de diciembre de 2021 o hasta agotar los recursos, lo que primero ocurra, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato.

## 6. Anexos

- Anexo 1. Solicitud de Cotizaciones
- Anexo 2. Cotizaciones
- Anexo 3. Análisis de las cotizaciones

Firma:



**ANGELA ANDREA PARRADO MEDELLÍN**  
Líder Comercial, de Mercadeo y Supervisor.  
Contratista

Proyectó: Alexandra Ma. Beltrán Guerrero - Contratista