

	<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 12

## **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

**enero de 2022**

	<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 12

Contenido

<b>1. Descripción de la Necesidad.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Análisis del sector Económico .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Análisis del Mercado.....</b>	<b>4</b>
<b>2.1.1 Aspecto Económico: .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1.1.1 Variables Económicas que Afectan el sector.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1.2 Aspecto Técnico: .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.3 Aspecto Regulatorio:.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Determinación Indicadores Financieros: .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado.....</b>	<b>13</b>
<b>3 Conclusiones.....</b>	<b>14</b>
<b>4 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 12

## 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, para la vigencia 2022, Teveandina Ltda., estima la celebración de un número considerado de contratos interadministrativos, los cuales se encuentran en fase precontractual, y cuya demanda para la Entidad será atender diversas necesidades de Central de Medios, dentro de los cuales se encuentra:

- Contrato Interadministrativo para suscribir con el Ministerio del Deporte.
- Convenio Interadministrativo para suscribir con Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - FONDO UNICO DE TIC.
- Contrato Interadministrativo para suscribir con la Defensoría del Pueblo.
- Contrato Interadministrativo para suscribir con el Ministerio de Defensa.

### ¿Qué es el servicio de Central De Medios?

El plan de medios es la planificación estratégica y programación de los medios publicitarios seleccionados para la difusión de una campaña de comunicación. " El objetivo es hacer llegar los mensajes publicitarios al mayor número de personas del público objetivo. Esto se hace por medio de la selección de los medios y soportes más adecuados para cada ocasión y buscando siempre el menor costo posible y el mayor alcance en la difusión

Es necesario mencionar que la Entidad no cuenta con la capacidad técnica instalada suficiente para atender este requerimiento en su totalidad.

	<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 12

Por lo anterior, y para dar cumplimiento a los compromisos 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.

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 Interadministrativo 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 2022.

## 2. Análisis del 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."

### 2.1 Análisis del Mercado

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

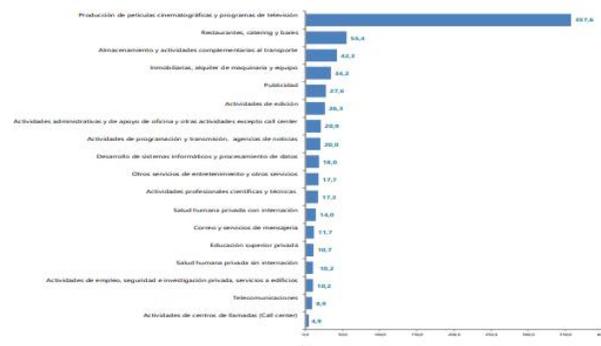
#### 2.1.1 Aspecto Económico:

Esta actividad pertenece al sector de Información y Comunicación, y las actividades a desarrollar al subsector de

## Encuesta Mensual de Servicios (EMS)

Octubre de 2021

**Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales, según subsector de servicios Total Nacional Octubre 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> 5 de 12

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.

*Fuente: Boletín DANE octubre 2021 <sup>1</sup>*

Según el DANE, En octubre de 2021, todos los subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con octubre de 2020.

Se toma como referente la Encuesta Mensual de Servicios (EMS) correspondiente al mes de octubre 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 2020 - 2021.

- El siguiente listado recopila las empresas cotizadas en el sector

PROVEEDOR	CORREO
CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A	<a href="mailto:gbernandez@grupocnm.com">gbernandez@grupocnm.com</a>
DORTIZ PUBLICIDAD Y MEDIOS SAS	<a href="mailto:mariamercedestellez@gmail.com">mariamercedestellez@gmail.com</a> <a href="mailto:dane.ortiz@dortiz.com.co">dane.ortiz@dortiz.com.co</a>
ESTRELLA GRUPO EMPRESARIAL SA	<a href="mailto:jeannethbernal@estrella.com.co">jeannethbernal@estrella.com.co</a>
GRUPO M	<a href="mailto:felipe.uribe@grupom.com">felipe.uribe@grupom.com</a>
GRUPO ONE SAS	<a href="mailto:sandra.moscoso@grupoone.com">sandra.moscoso@grupoone.com</a> <a href="mailto:licitaciones@grupoone.com">licitaciones@grupoone.com</a>
HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.	<a href="mailto:diego.plazas@havas.com">diego.plazas@havas.com</a> <a href="mailto:angela.contreras@havas.com">angela.contreras@havas.com</a>
OMD Colombia S.A.S	<a href="mailto:cfranco@omd.com.co">cfranco@omd.com.co</a> <a href="mailto:hpena@omed.com.co">hpena@omed.com.co</a> <a href="mailto:iforero@omd.com.co">iforero@omd.com.co</a>
PUBLICIS GROUPE	<a href="mailto:Ximena.villamil@publicisgroupe.com">Ximena.villamil@publicisgroupe.com</a>
QUIROGA AGENCIA MEDIOS SUCURSAL COLOMBIA	<a href="mailto:gsuarez@quirogamedios.com">gsuarez@quirogamedios.com</a>
UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S.	<a href="mailto:mmartinez@universalcomunicaciones.com">mmartinez@universalcomunicaciones.com</a> <a href="mailto:gbonilla@universalcomunicaciones.com">gbonilla@universalcomunicaciones.com</a>
UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LTDA.	<a href="mailto:andreacarolina.guzman@umww.com">andreacarolina.guzman@umww.com</a>
YUJU PUBLICIDAD	<a href="mailto:willydiaz@yujupublicidad.com">willydiaz@yujupublicidad.com</a>

### 2.1.1.1 Variables Económicas que Afectan el sector

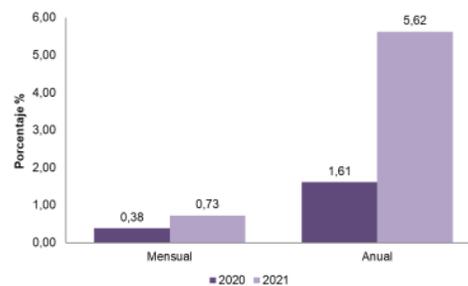
<sup>1</sup> [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol\\_ems\\_octubre\\_21.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol_ems_octubre_21.pdf)

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

## Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Diciembre 2021

**Gráfico 1. IPC Variaciones**  
Total nacional  
Diciembre 2020 - 2021



*Fuente: Boletín Técnico IPC DANE diciembre 2021*

En el mes de diciembre de 2021, el IPC registró una variación anual de 5,62% en comparación con diciembre de 2020. En el último año, las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (17,23%), Restaurantes y hoteles (8,83%) y transporte (5,69%) se ubicaron por encima del promedio nacional (5,62%). Entre tanto, las divisiones de bebidas alcohólicas (4,60%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (4,34%), Bienes y servicios diversos (4,19%), Salud (3,98%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3,68%), Educación (2,76%), Recreación y cultura (1,04%), Prendas de vestir y calzado (-2,60%) y, por último, Información y comunicación (-12,10%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.<sup>2</sup>

**Cuadro 1. IPC Variación y contribución anual**  
**Según divisiones de gasto**  
**Diciembre 2020 - 2021**

Divisiones de Gasto	2020			2021		
	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	4,80	0,74	17,23	2,73	
Restaurantes Y Hoteles	9,43	3,43	0,32	8,83	0,85	
Transporte	12,93	1,35	0,17	5,69	0,73	
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>1,61</b>	<b>1,61</b>	<b>5,62</b>	<b>5,62</b>	
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	2,61	0,05	4,60	0,08	
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	-0,96	-0,04	4,34	0,18	
Bienes Y Servicios Diversos	5,36	2,52	0,13	4,19	0,22	
Salud	1,71	4,96	0,08	3,98	0,07	
Alojamiento, Agua, Electricidad, Gas Y Otros Combustibles	33,12	1,81	0,60	3,68	1,22	
Educación	4,41	-7,02	-0,32	2,76	0,11	
Recreación Y Cultura	3,79	0,68	0,03	1,04	0,04	
Prendas De Vestir Y Calzado	3,98	-3,94	-0,15	-2,60	-0,09	
Información Y Comunicación	4,33	-0,10	0,00	-12,10	-0,51	

**Fuente:** DANE, IPC.

**Nota:** La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas,

<sup>2</sup> [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol\\_ipc\\_dic21.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_dic21.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 12

Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Restaurantes y hoteles, las cuales en conjunto contribuyeron con 4,79 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

- **PIB:** Producto Interno Bruto



### Producto Interno Bruto (PIB) III trimestre 2021 preliminar

**Gráfico 1. Producto Interno Bruto (PIB)  
Tasas de crecimiento en volumen<sup>1</sup>  
2015-I / 2021P-III**



**Fuente:** DANE, Cuentas nacionales  
<sup>1</sup>Serie encadenadas de volumen con año de referencia 2015  
<sup>P</sup>preliminar  
<sup>pr</sup>provisional

*Fuente: Dane III trimestre de 2021*

- **Comportamiento del mercado**

TEVEANDINA LTDA, en cumplimiento del objeto misional inmerso en sus estatutos que versa sobre “la prestación explotación del servicio de televisión regional, de conformidad con los fines y principios del servicio de televisión establecidos en la Ley 182 de 1995, podrá prestar otros servicios de telecomunicaciones y de aplicaciones que permitan la convergencia digital.”, y en consideración a los negocios jurídicos interadministrativos a suscribir, es necesario atender obligaciones 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.

#### 2.1.2 Aspecto Técnico:

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

#### I. Obligaciones concernientes al equipo mínimo requerido:

El CONTRATISTA debe contar con el siguiente equipo humano mínimo, con capacidad para desempeñar los siguientes roles:

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

<b>FORMACIÓN</b>	<b>EXPERIENCIA GENERAL</b>	<b>EXPERIENCIA ESPECIFICA</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> 8 de 12

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 Publicidad, Administración de Empresas o carreras afines.	Mínimo (3) años de experiencia contados a partir de la terminación y aprobación del pensum académico de educación superior, en áreas de publicidad, mercadeo, comunicaciones o medios.	Dos (2) años en compra e implementación de campañas de publicidad y medios en Tv, radio y plataformas digitales de subasta (Google – Facebook – compra programática), entre otras.

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.

**II. 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 LA ENTIDAD.
2. La creación de campañas comprende las siguientes actividades:

	<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 12

- 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.
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 LA ENTIDAD.
  - 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 LA ENTIDAD, 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 LA ENTIDAD.
  - k) Realizar todas las actividades necesarias para divulgar el plan de medios que apruebe LA ENTIDAD, 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 LA ENTIDAD, y notificar inmediatamente en el caso de identificar pauta no emitida a 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> 10 de 12

- 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 las 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 LA ENTIDAD, para aprobación previa por parte del supervisor del Contrato.
- 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 la Entidad.

**III. 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)** Presentar cotización en el evento de requerir servicios de monitoreo de medios, esta deberá ser presentada dentro de los tres días hábiles siguientes a la solicitud para aprobación del Supervisor. La Entidad se reserva el derecho de revisar la cotización cuando advierta que la misma no refleja el comportamiento actual del sector y mercado.
- d)** Deberá cumplir con las condiciones de porcentaje (%) ofrecido sobre el valor del Contrato para "Bonificaciones y Free Press", poniendo a consideración de LA ENTIDAD 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 LA ENTIDAD 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 LA ENTIDAD, 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>	10%
--	-----

	<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 12

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

- e) 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%).

**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 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.

### 2.1.3 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.*", asimismo, la Entidad actúa como una Empresa Industrial y Comercial del Estado, el marco legal de conformidad con lo establecido en el Manual de Contratación, Acuerdo No. 008 de 2017, para el proceso que se adelantará mediante **OFERTA POR INVITACIÓN**<sup>3</sup> y el contrato que se derive de su adjudicación, estará 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 los principios 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 de Civil y de Comercio, por cuanto establecen características especiales para el cumplimiento del objeto del presente proceso de selección y son

<sup>3</sup> Artículo 34, Manual de contratación vigente 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> 12 de 12

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 Civil en sus artículos 2142 y siguientes,
- Código de Comercio en los artículos 1262 y siguientes.
- RESOLUCIÓN DIAN N° 000024 (09 ABR 2019)
- Ley 1507 de 2012, "Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones"
- Resolución 498 del 2018 de la Autoridad Nacional de Televisión
- Decreto 415, "por el cual se adiciona el decreto único reglamentario del sector de la función pública decreto N° 1083 de 2015, en lo relacionado con la definición de los lineamientos para el fortalecimiento institucional en la materia de tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Ley 182 de 1995, "por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones".
- Ley 1341 de 2009, "Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones"
- Decreto Número 1443 DE 2014 "por el cual se dictan disposiciones para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)"
- 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 concursos públicos.
- Ley 1474 de 2011 (Estatuto Anticorrupción)
- 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.

## 2.2 Determinación Indicadores Financieros<sup>4</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:

<sup>4</sup> Análisis a cargo del 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 12

NIT	Tercero	K Trabajo	Liquidez	Endeudamiento	Patrimonio	Rentabilidad Patrimonio	Rentabilidad Activo
830,069,499	CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A	5,754,233,078	4.27	68%	2,918,366,735	64%	21%
811,006,904	ESTRELLA GRUPO EMPRESARIAL SA	3,258,259,766	2.22	54%	4,804,151,989	20%	9%
860,070,624	GRUPO ONE SAS	1,235,571,000	2.09	55%	1,121,916,000	17%	8%
900,717,825	QUIROGA AGENCIA MEDIOS SUCURSAL COLOMBIA	1,992,154,195	1.49	82%	1,197,204,846	5%	1%
900,204,473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S.	3,572,277,967	2.94	43%	3,160,286,421	20%	12%

De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta 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	50% o > al valor del proyecto
Liquidez	2 o Mayor
Endeudamiento	60% o <
Patrimonio	45% o > al valor del proyecto
Rentabilidad Patrimonio	15% o mayor
Rentabilidad Activo	10% o mayor

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

Teniendo en cuenta la naturaleza del servicio a contratar la Entidad realizó un estudio del mercado en el mes de enero de 2022, donde se emitieron doce (12) solicitudes de cotización por medio de correo electrónico, a empresas con experiencia para contratar el servicio de **“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.”**, de las cuales se recibieron cuatro (4) cotizaciones, no obstante una de ellas por fuera del término establecido por la entidad.

Al recibir por lo menos tres (3) cotizaciones se garantiza la pluralidad de oferentes y permite proyectar el siguiente cuadro comparativo:

MEDIO		DESCUENTO			PROMEDIO	
		UNIVERSAL	GRUPO ONE	ESTRELLA		
TELEVISIÓN NACIONAL		10%	20%	5%	12%	
TELEVISIÓN REGIONAL		5%	15%	10%	10%	
RADIO NACIONAL		15%	55%	5%	25%	
RADIO REGIONAL		15%	65%	40%	40%	
RADIO COMUNITARIAS – REGIONALES INDEPENDIENTES		15%	65%	10%	30%	
PRENSA NACIONAL		10%	20%	5%	12%	
PRENSA REGIONAL		5%	20%	5%	10%	
CENTRAL DE MEDIOS	% MÍNIMO	% ADICIONAL			PROMEDIO	
		UNIVERSAL	GRUPO ONE	ESTRELLA		
BONIFICADOS Y FREE PRESS		10%	1%	15%	2%	6%
MEDIO		PORCENTAJE			PROMEDIO	
		UNIVERSAL	GRUPO ONE	ESTRELLA		
Porcentaje de descuento o devolución a Teveandina		4%	5%	4%	4%	

	<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 12

### 3 Conclusiones

- 3.1 El presupuesto que se tiene para llevar a cabo esta contratación es tipo bolsa teniendo en cuenta la proyección estimada de los servicios de tiquetes para atender necesidades de los proyectos suscritos y a suscribir por Teveandina Ltda. y de las propias del funcionamiento de la entidad y asciende a la suma de hasta **TRES MIL OCHOCIENTOS SESENTA Y UN MILLONES DE PESOS M/CTE (\$3.861.000.000)**<sup>5</sup>, incluido IVA y todos los costos e impuestos a que haya lugar. Distribuido presupuestalmente de la siguiente manera:

#### VALOR PROYECTADO CONTRATO CENTRAL DE MEDIOS

Concepto	Recursos Propios	MinDeportes	Defensoría del Pueblo	Total
Central de Medios	\$ 500.000.000	\$ 1.200.000.000	\$ 2.161.000.000	\$ 3.861.000.000

- 3.2 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: Servicio de campañas publicitarias

- 3.3 **Tiempo de Prestación de Servicio:** El tiempo de ejecución será hasta el 31 de diciembre de 2022 o hasta agotar los recursos, lo que primero suceda, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

### 4 Anexos:

- Solicitud de Cotizaciones.
- Cotizaciones.
- Comparación de Ofertas.
- Determinación Indicadores Financieros

Firma:



**ANGELA ANDREA PARRADO MEDELLÍN**

Líder Comercial, Mercadeo y Supervisor Contratista

**Proyectó:** Blanca Alexis Tocarema (Contratista)

**Revisó:** Alexandra Ma. Beltrán Guerrero – (Contratista)

<sup>5</sup> El presupuesto que se tiene para llevar a cabo esta contratación es tipo bolsa de acuerdo con las necesidades establecidas por la Entidad.

## DETERMINACION INDICADORES FINANCIEROS PROCESO OXI 001 DE 2022 CENTRAL DE MEDIOS

Con el fin de determinar los indicadores financieros y organizacionales que garanticen la ejecución financiera del proyecto, se tomó la información de los estados financieros de empresas referenciadas por el área comercial de Teveandina, que se encuentran en la capacidad de prestar el servicio de Mandato sin representación, para el Apoyo logístico al proceso de producción y desarrollo de contenidos de TEVEANDINA LTDA

NIT	Tercero	K Trabajo	Liquidez	Endeudamiento	Patrimonio	Rentabilidad Patrimonio	Rentabilidad Activo
830,069,499	CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A	5,754,233,078	4.27	68%	2,918,366,735	64%	21%
811,006,904	ESTRELLA GRUPO EMPRESARIAL SA	3,258,259,766	2.22	54%	4,804,151,989	20%	9%
860,070,624	GRUPO ONE SAS	1,235,571,000	2.09	55%	1,121,916,000	17%	8%
900,717,825	QUIROGA AGENCIA MEDIOS SUCURSAL COLOMBIA	1,992,154,195	1.49	82%	1,197,204,846	5%	1%
900,204,473	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S.	3,572,277,967	2.94	43%	3,160,286,421	20%	12%

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	50% o > al valor del proyecto
Liquidez	2 o Mayor
Endeudamiento	60% o <
Patrimonio	45% o > al valor del proyecto
Rentabilidad Patrimonio	15% o mayor
Rentabilidad Activo	10% o mayor



**Eliana Milena Sanabria Gómez**

Coordinadora de Presupuesto y Contabilidad

Medellín, 13 de enero de 2022

Señores  
**GENRENCIA  
TEVEANDINA LTDA.**

El suscrito, obrando en representación de **Estrella Grupo Empresarial S.A.** certifico que, en cumplimiento del siguiente objeto indicado en la solicitud de cotización requerida a nuestra empresa, ofrezco los servicios indicados en el presente documento.

**OBJETO:** Prestar servicios de apoyo para la promoción y divulgación de los programas de Uso y Apropiación TIC de la Dirección de Apropiación a nivel nacional, en el marco del Convenio Interadministrativos 550 de 2020 suscrito entre Teveandina Ltda. y el FONDO UNICO DE TIC. Todo de conformidad con la naturaleza del servicio y la propuesta presentada por el contratista, la cual hace parte de la presente contratación.

Información general proponente:

- **Nit:** 811.006.904-2
- **Razón social del oferente – cotizante:** Estrella Grupo Empresarial S.A.
- **Nombre del Representante Legal:** Jesús Atilano Ramos Kleber
- **Número de identificación del representante legal:** 1.128.271.644
- **Correo electrónico:** [gerente@estrella.com.co](mailto:gerente@estrella.com.co)  
[julianamontoya@estrella.com.co](mailto:julianamontoya@estrella.com.co)
- **Dirección de domicilio:** Av. Las Palmas, Carrera 38 #26-17 Piso: 4 – Torre Estrella
- **Teléfono:** (4) 3228045
- **Descripción del servicio a prestar:**

Descuentos aplicados por medio a tarifas publicadas:

MEDIO	DESCUENTO
TELEVISIÓN NACIONAL	5%
TELEVISIÓN REGIONAL	10%
RADIO NACIONAL	5%
RADIO REGIONAL	40%
RADIO COMUNITARIAS – REGIONALES INDEPENDIENTES	10%
PRENSA NACIONAL	5%
PRENSA REGIONAL	5%

Porcentaje adicional sobre la base a bonificados y free press

CENTRAL DE MEDIOS	% MÍNIMO	% ADICIONAL
BONIFICADOS Y FREE PRESS	10%	2%

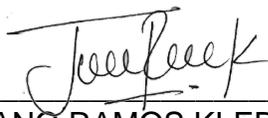
Porcentaje de descuento o devolución a TEVENDINA

Porcentaje de descuento o devolución a Teveandina
4%

**Validez de la oferta tres (3) mes**

Certifico bajo la gravedad de juramento, que ni la persona jurídica, ni los socios o accionistas, ni los representantes o administradores de la empresa tienen relaciones comerciales o de parentesco con empleados o directivos de TEVEANDINA LTDA., además que ni la persona jurídica, ni los socios o accionistas, ni los representantes o administradores de la empresa estamos inhabilitado o en situación de incompatibilidad para tener relaciones jurídico-negociables con el Estado

**FIRMA:** \_\_\_\_\_



JESÚS ATILANO RAMOS KLEBER

1.128.271.644

Representante Legal

Señores  
TEVEANDINA LTDA.  
Ciudad

**ASUNTO:** COTIZACIÓN DE BIEN O SERVICIO

**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. y demás necesidades de la entidad. Todo de conformidad con la naturaleza del servicio y la propuesta presentada por el contratista, la cual hace parte de la presente contratación

- Nit: 860070624-5
- Razón social del oferente – cotizante: GRUPO ONE SAS
- Nombre del Representante Legal: SANDRA LILIANA MOSCOSO GRAJALES
- Número de identificación del representante legal: C.C 35.514.167
- Correo electrónico: [licitaciones@grupoone.com](mailto:licitaciones@grupoone.com) [Sandra.moscoso@grupoone.com](mailto:Sandra.moscoso@grupoone.com)
- Dirección de domicilio: CARRERA 19 # 95-55 OFC 407
- Teléfono: (601) 7432301- Celular: 3212055764

**DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A PRESENTAR**

- Diseño del Plan Estratégico de Medios.
- La experiencia en el Manejo de Medios (más de 40 años en el mercado)
- Las Herramientas para el análisis de Data.
- Equipo Humano
- Acompañamiento Permanente de la Cuenta
- Manejo Integral de Medios Digitales y ALT.
- Optimización de Medios.

\*Por pauta digital se cobrará un porcentaje (%) por concepto de administración, el cual se basará en el valor total invertido en cada una de las plataformas dependiendo de las escalas de inversión:

Escalas de Inversión	% de Comisión Sobre el valor de Pauta
\$ 2,000,000 a \$ 10,000,000	20%
\$ 10,001,000 a \$ 20,000,000	20%
\$ 20.001,000 a \$ 50,000,000	18%
Más de \$ 50,001,000	12%

Descuentos aplicados a cada medio:

MEDIO	Descuento Mínimo
TELEVISIÓN NACIONAL	20%
TELEVISIÓN REGIONAL	15%
RADIO NACIONAL	55%
RADIO REGIONAL	65%
RADIO COMUNITARIAS – REGIONALES INDEPENDIENTES	65%
PRENSA NACIONAL	20%
PRENSA REGIONAL	20%

- Porcentaje adicional sobre la base del free press:

CENTRAL DE MEDIOS	% MÍNIMO	% ADICIONAL
BONIFICADO Y FREE PRESS	10%	15%

- Porcentaje de descuento a TEVEANDINA.

Porcentaje de descuento por servicios de divulgación
5 %

Validez de la oferta: Tres (3) meses

Se suscribe este documento para el proceso a los 13 días del mes de Enero de 2022.



Firma  
EMPRESA: GRUPO ONE SAS  
DIRECTORA DE CUENTA: SANDRA L MOSCOSO GRAJALES  
CEDULA DE CIUDADANÍA: C.C 35.514.167

Bogotá D.C., 12 de Enero de 2021

**Señores**  
**GERENCIA TEVEANDINA LTDA**  
**Bogotá D.C.**

**REFERENCIA:** PRESENTACIÓN PROPUESTA SOLICITUD DE COTIZACIÓN

**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. y demás necesidades de la Entidad. Todo de conformidad con la naturaleza del servicio y la propuesta presentada por el contratista, la cual hace parte de la presente contratación.

Teniendo en cuenta los parámetros y condiciones descritos anteriormente, incluimos en la cotización la siguiente información:

- **Nit:** 900.204.473-1
- **Razón social del oferente – cotizante:** Universal Group Agencia de Comunicaciones S.A.S
- **Nombre del Representante Legal:** Camilo Andrés Carrillo Rojas
- **Número de identificación del representante legal:** 80.169.617 Bta.
- **Correo electrónico:** [ccarrillo@universalcomunicaciones.com](mailto:ccarrillo@universalcomunicaciones.com) – [mmartinez@universalcomunicaciones.com](mailto:mmartinez@universalcomunicaciones.com)
- **Dirección de domicilio:** Cra 46 # 91 - 15
- **Teléfono:** 8068079
- **Descripción del servicio a prestar:** Adjunto se relaciona la oferta presentada:  
-

Para efectos de la comparación de la oferta, se solicita al interesado remitir en el cuadro lo siguiente:

- Descuentos aplicados a cada medio:

<b>MEDIO</b>	<b>DESCUENTO</b>
TELEVISION NACIONAL	<u>10%</u>

TELEVISION REGIONAL	<u>5%</u>
RADIO NACIONAL	<u>15%</u>
RADIO REGIONAL	<u>15%</u>
RADIO COMUNITARIAS – REGIONALESINDEPENDIENTES	<u>15%</u>
PRENSA NACIONAL	<u>10%</u>
PRENSA REGIONAL	<u>5%</u>

- Porcentaje adicional sobre la base del free press

CENTRAL DE MEDIOS	% MÍNIMO	% ADICIONAL
BONIFICADOS Y FREE PRESS	10%	1%

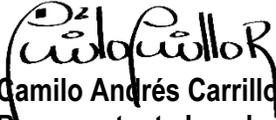
- Porcentaje de descuento a TEVENDINA.

Porcentaje de descuento por servicios de divulgación
<u>4%</u>

- Validez de la oferta: tres (3) meses

Manifiesto bajo la gravedad de juramento que ni la persona natural o la sociedad, ni los socios o accionistas, ni los representantes o administradores de la empresa tienen relaciones comerciales o de parentesco con empleados o directivos de TEVEANDINA LTDA.

Atentamente,

  
Camilo Andrés Carrillo Rojas  
Representante Legal  
Universal Group Agencia de Comunicaciones S.A.S

MEDIO		DESCUENTO			PROMEDIO
		UNIVERSAL	GRUPO ONE	ESTRELLA	
TELEVISIÓN NACIONAL		10%	20%	5%	12%
TELEVISIÓN REGIONAL		5%	15%	10%	10%
RADIO NACIONAL		15%	55%	5%	25%
RADIO REGIONAL		15%	65%	40%	40%
RADIO COMUNITARIAS – REGIONALES INDEPENDIENTES		15%	65%	10%	30%
PRENSA NACIONAL		10%	20%	5%	12%
PRENSA REGIONAL		5%	20%	5%	10%
CENTRAL DE MEDIOS	% MÍNIMO	% ADICIONAL			PROMEDIO
		UNIVERSAL	GRUPO ONE	ESTRELLA	
BONIFICADOS Y FREE PRESS	10%	1%	15%	2%	6%
MEDIO		PORCENTAJE			PROMEDIO
		UNIVERSAL	GRUPO ONE	ESTRELLA	
Porcentaje de descuento o devolución a Teveandina		4%	5%	4%	4%

