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

ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO

OBJETO


Prestar los servicios de análisis, difusión de estrategias y campañas de comunicación, en los diferentes medios de comunicación, tradicionales, alternativos y digitales, con los cuales busca dar a conocer la gestión que adelanta la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES. Lo anterior, en cumplimiento del Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019 suscrito entre TEVEANDINA LTDA. y ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES. Todo de conformidad con la naturaleza del servicio y la propuesta presentada por el proveedor, la cual hace parte integral del contrato.

Bogota D.C. abril de 2020

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

Contenido

1. Descripción de la Necesidad.	3
2. Sector Económico.	4
2.1.1 Aspecto Económico:	4
2.1.3 Aspecto Técnico:	7
2.1.5 Aspecto Regulatorio:	11
2.1 ¿Cómo adquieren las otras Entidades Estatales y las Empresas Privadas este Servicio? ¡Error! Marcador no definido.	
2.2 Análisis de la oferta costos y/o precios promedio del mercado	13
3. Conclusiones	13

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F52
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 0
	ESTUDIO DE SECTOR Y MERCADO.	Fecha: 26/11/2018 Página: 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 (...)*".

Así mismo, TEVEANDINA LTDA., podrá en desarrollo de su objeto social, 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.

En virtud de lo anterior, TEVEANDINA LTDA., ha suscrito diferentes Contratos y/o Convenios Interadministrativos, entre los cuales, se encuentra el Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019, suscrito con ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES, el cual tiene por objeto: "*Prestación de servicios para la planificación, creación, diseño, producción, ejecución de las campañas y planes de medios, que incluya la divulgación, educación, comunicación, posicionamiento y gestión reputacional de COLPENSIONES, para que los grupos de interés conozcan los productos y servicios de la entidad, así como su gestión, con el fin de generar una cultura de ahorro y protección en su retiro laboral, a través del Régimen de Prima Media (RPM) y/o programa Hoy y Mañana BEPS – Beneficios Económicos Periódicos*", el alcance al objeto comprende actividades como:

1. Las campañas requeridas deben estar alineadas a los objetivos y direccionamiento estratégico trazados por COLPENSIONES en RPM y BEPS, con el fin que los grupos de interés, adquieran una cultura de ahorro y protección para la vejez, haciendo parte del Régimen de Prima Media (RPM) o del programa Hoy y Mañana BEPS -Beneficios económicos periódicos.
2. Asesorar, planificar, elaborar, gestionar, desarrollar e implementar estratégica e integralmente la producción de piezas y su correspondiente plan de medios de comunicación comunitarios, regionales, nacionales e internacionales, para la divulgación de contenidos técnicos, formativos, comunicativos, didácticos, educativos y los definidos por COLPENSIONES.
3. Ejecutar en medios tradicionales, digitales y/o alternativos, campañas de información, comunicación, divulgación, educación, posicionamiento, gestión reputacional y los definidos por COLPENSIONES, que generen impacto de marca en el mercado y que estén diseñadas para cumplir con el objetivo propuesto por la entidad.

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

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 que garanticen 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.

Por lo anterior, y para dar continuidad al cumplimiento de los compromisos señalados en el Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019, en especial en lo que compete a la gestión, desarrollo e implementación del plan de medios de comunicación, para la divulgación de contenidos técnicos, formativos, comunicativos, educativos, y teniendo en cuenta que mediante el Otrosí No.1 suscrito el 07 de abril de 2020 al mencionado Contrato Interadministrativo, fueron trasladados y redistribuidos los recursos no ejecutados en la vigencia 2019 a la presente vigencia con lo que el valor disponible para Central de Medios aumento de \$1.738.722.972 a \$2.591.654.520 para ser ejecutados en el 2020 haciendo necesario que TEVEANDINA LTDA., adelante un nuevo concurso público para contratar una empresa que preste el servicio de central de medios, con experiencia en sector para cumplir con el objeto ya descrito.

Cabe mencionar que en 2019, se suscribió el contrato No. 492 de 2020 para la prestación este servicio, sin embargo a la fecha ya agotó la posibilidad de adicionarlo, en este momento cuenta con un valor disponible para ser ejecutado con corte al 31 de marzo de \$ 565.082.394,18, valor que no es suficiente para cubrir la necesidad actual del servicio.

En consecuencia, la Entidad requiere realizar un proceso objetivo y transparente 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 del Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019 suscrito entre TEVEANDINA LTDA. y ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES.

2. Sector Económico

En virtud, de las obligaciones contractuales contraídas por TEVEANDINA Ltda., mediante el negocio jurídico interadministrativo multicitado, 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 de análisis, difusión de estrategias y campañas de comunicación, en los diferentes medios de comunicación, tradicionales, alternativos y digitales, con los cuales busca dar a conocer la gestión que adelanta la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES; y el contexto de los posibles contratistas desarrollan su actividad.

2.1 Análisis del Mercado

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

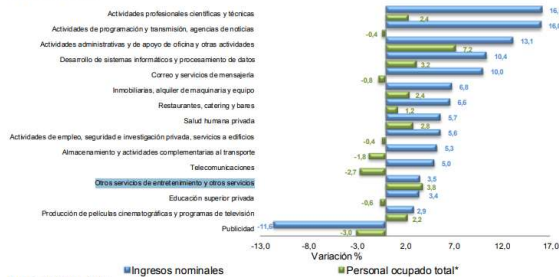
2.1.1 Aspecto Económico:

Esta actividad pertenece al sector de Información y Comunicación, y las actividades a desarrollar al subsector de Comunicaciones; y en dicho subsector se pueden encontrar empresas que Prestar los servicios de análisis, difusión de estrategias y campañas de comunicación, en los diferentes medios de comunicación, tradicionales, alternativos y digitales, con los cuales busca dar a conocer la gestión que adelanta la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES.

En diciembre de 2019, catorce de los quince subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, en comparación con diciembre de 2018.

Diciembre de 2019

Gráfico 1. Variación anual de los ingresos nominales y del personal ocupado total, según subsector de servicios Total Nacional Diciembre 2019*



Fuente: DANE – EMS

p Cifra provisional

* Incluye personal permanente, personal temporal directo y personal temporal contratado a través de agencias especializadas en suministro de personal.

Fuente: Boletín Dane diciembre 2019 ¹

- El siguiente listado recopila las empresas cotizadas en el sector

PROVEEDOR	CORREO
BERMUDEZ ASOCIADOS TELEVISION S.A.S.	medios@bermudezasociados.com
CENTURY MEDIA S.A.S.	licitaciones@century-media.net leonardopaz@century-media.net
CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A.	gbernandez@grupocnm.com
DORTIZ PUBLICIDAD Y MEDIOS S.A.S.	mariamercedstellez@gmail.com dane.ortiz@dortiz.com.co
ESTRELLA GRUPO EMPRESARIAL S.A.	dirmedios@estrella.com.co liderslicitaciones@estrella.com.co
GRUPO ONE SAS	sandra.moscoso@grupoone.com
HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S	marlen.zambrano@havasmq.com miguel.medina@havasmq.com
IDEAMOS PUBLICIDAD LIMITADA	nidcue@ideamospublicidad.co
INVENTIVE MARKETING S.A.S.	marcela.santamaria@outlook.com
PEZETA PUBLICIDAD S.A.S.	pezeta@pezeta.com
QUIROGA AGENCIA MEDIOS SUCURSAL COLOMBIA	gsuarez@quirogamedios.com
TREBOL EDITORES S.A.S	williamcastro@treboleditores.com
UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S	nromero@universalcomunicaciones.com
UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA.	diana.c.martinez@umww.com jairo.arango@mbww.com yina.valero@umww.com

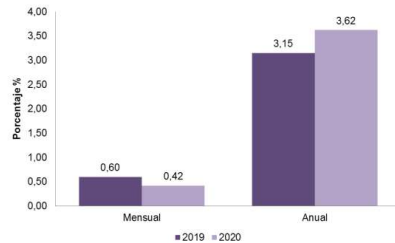
2.1.2 Variables Económicas que Afectan el sector

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

¹ https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_dic19.pdf

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Enero 2020

**Gráfico 1. IPC Variaciones
Total nacional
Enero 2019 - 2020**


Fuente: DANE, IPC.

Fuente: Boletín DANE enero 2020

En el mes de enero de 2020, el IPC registró una variación de 0,42% en comparación con diciembre de 2019, siete divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,42%): Restaurantes y hoteles (0,87%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,76%), Transporte (0,70%), Bienes y servicios diversos (0,70%), Salud (0,59%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,51%) y por último, Recreación y cultura (0,49%). Por debajo se ubicaron: Bebidas alcohólicas y tabaco (0,41%), Información y comunicación (0,39%), Prendas de vestir y calzado (0,22%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,05%) y por último, Educación (0,00%).²

**Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Enero 2019 - 2020**

Divisiones de Gasto	Peso (%)	2019		2020	
		Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	1,15	0,11	0,87	0,08
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	1,40	0,21	0,76	0,12
Transporte	12,93	0,37	0,05	0,70	0,09
Bienes y servicios diversos	5,36	0,78	0,04	0,70	0,04
Salud	1,71	0,37	0,01	0,59	0,01
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,46	0,02	0,51	0,02
Recreación y cultura	3,79	0,47	0,02	0,49	0,02
TOTAL	100,00	0,60	0,60	0,42	0,42
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,49	0,01	0,41	0,01
Información y comunicación	4,33	1,44	0,06	0,39	0,02
Prendas de vestir y calzado	3,98	-0,16	-0,01	0,22	0,01
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,25	0,08	0,05	0,02
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00

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.

Fuente: Boletín DANE enero 2020

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,42%), se ubicaron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Transporte, Restaurantes y hoteles, Bienes y servicios diversos y Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar, las cuales aportaron 0,35 puntos porcentuales a la variación total.

- **PIB:** Producto Interno Bruto

² https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_ene20.pdf

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

 Inicio
3,3% PIB
 ANUAL 2019 Producto Interno Bruto

Fuente: Boletín DANE anual 2019

- **Comportamiento del mercado**

**Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Enero 2019 - 2020**

Divisiones de Gasto	2019			2020	
	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	1,15	0,11	0,87	0,08
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	1,40	0,21	0,76	0,12
Transporte	12,93	0,37	0,05	0,70	0,09
Bienes y servicios diversos	5,36	0,78	0,04	0,70	0,04
Salud	1,71	0,37	0,01	0,59	0,01
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,46	0,02	0,51	0,02
Recreación y cultura	3,79	0,47	0,02	0,49	0,02
TOTAL	100,00	0,60	0,60	0,42	0,42
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,49	0,01	0,41	0,01
Información y comunicación	4,33	1,44	0,06	0,39	0,02
Prendas de vestir y calzado	3,98	-0,16	-0,01	0,22	0,01
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,25	0,08	0,05	0,02
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00

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.

Fuente: Boletín DANE enero 2020

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. 074 de 2019 suscrito con Colpensiones, es necesario atender obligaciones de Prestar los servicios de análisis, difusión de estrategias y campañas de comunicación, en los diferentes medios de comunicación, tradicionales, alternativos y digitales, con los cuales busca dar a conocer la gestión que adelanta la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES.

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

- **Concernientes al FEE MENSUAL:**

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

- a. **Coordinador de Medios:**

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

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:


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.

Nota: Ninguna de las personas que se presenten como parte del equipo de trabajo podrá desarrollar de manera simultánea dos o más roles.

El proponente debe presentar con la oferta las hojas de vida de los perfiles con los respectivos soportes de educación, tarjeta profesional en caso de que aplique y certificaciones de experiencia mínima exigida. La ENTIDAD se reserva el derecho de solicitar cualquier aclaración que considere necesaria, con el fin de verificar el cumplimiento de los requisitos de formación y experiencia solicitada y demás requisitos solicitados en el numeral 6.1.1 documentos para acreditar la experiencia laboral y formación académica del presente documentos.

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 a EL CLIENTE 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.
- d) Entregar a EL CLIENTE un estudio 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.
- e) Contar de manera permanente durante la ejecución del Contrato, con el Estudio General de Medios (EGM), el Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR), el IBOPE, TGI, RAC, Estudios propios y otros estudios necesarios, para la correcta y efectiva planificación, direccionamiento estratégico, ordenación y compra de medios correspondientes de acuerdo con las necesidades de EL CLIENTE.

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

- **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)
 - 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).

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, imagen y marca hacia los grupos de interés.
- Educativa, dando información pedagógica sobre la necesidad del ahorro para proteger la vejez de los colombianos.
- De trámites y servicios como apoyo a la afiliación, vinculación, historia laboral y otro tipo de acciones institucionales que la entidad requiera para el cumplimiento de las diferentes estrategias.
- 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 al 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, RAC 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 de EL CLIENTE, a quien va dirigida la campaña.
- 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.
- i. Presentar para aprobación cada uno de los planes de medios a TEVEANDINA LTDA.

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

- j.** Realizar la divulgación de la campaña creativa de acuerdo a cada uno de los planes de medios 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.
- r.** 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.
- s.** 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.
- t.** Programar, distribuir y optimizar el presupuesto disponible entre los diferentes medios seleccionados durante el plazo de duración de cada campaña.
- u.** Definir los objetivos de medios en términos de cobertura (número de personas del público objetivo), frecuencia (número de veces que queremos que este público perciba el mensaje) y posicionamiento (nivel de efecto sobre la memoria que se quiere provocar, entendiendo que con ello aumentan las posibilidades de lograr la reacción buscada).
- v.** EL CONTRATISTA deberá transferir todos los descuentos, beneficios, bonificaciones, pronto pago y demás descuentos que logre conseguir de medios de comunicación, proveedores o terceros en servicios relacionados con el objeto del presente Contrato así:

MEDIO	DESCUENTO
TELEVISIÓN NACIONAL	20%
TELEVISIÓN REGIONAL	25%
RADIO NACIONAL	55%
RADIO REGIONAL	60%
RADIO COMUNITARIAS – REGIONALES INDEPENDIENTES	75%
PRENSA NACIONAL	25%
PRENSA REGIONAL	15%

ENTREGABLES:

El CONTRATISTA debe hacer entrega de:

- 1.** 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.

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

2. Análisis de categorías y segmentos de estudios como: estudios generales de medios (EGM), estudio continuo de audiencia radial (ECAR), IBOPE, TGI, RAC, estudios propios y otros estudios necesarios que se hayan realizado en la ejecución del contrato.
3. Y demás entregables que se hayan desarrollado en el marco del contrato.

- **concernientes a la Fase de Administración:**

1. 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, factura de cada uno de los medios utilizados junto con la radicación de la factura, de acuerdo con los requerimientos de cada proceso y codificación de campañas.
2. 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).
3. 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.

CENTRAL DE MEDIOS	Bonificado y free press: 10%
--------------------------	------------------------------

4. El porcentaje de comisión por pauta en medios masivos y alternos corresponderá al 0%, razón por la cual no se pagará ningún valor por este concepto y El CONTRATISTA deberá anexar los certificados de pauta y evidencias de las publicaciones y/o emisiones para la radicación de la respectiva factura.

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

Las características técnicas para prestar los servicios de análisis, difusión de estrategias y campañas de comunicación, en los diferentes medios de comunicación, tradicionales, alternativos y digitales, con los cuales busca dar a conocer la gestión que adelanta la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES. se clasifican en obligaciones específicas enfocadas a la prestación de servicios con calidad técnica que satisfagan las necesidades y requerimientos concadenados al Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019 suscrito con COLPENSIONES. 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.

2.1.5 Aspecto Regulatorio:

Analizado el objeto del presente proceso, cuyo el cual es "**Prestar los servicios de análisis, difusión de estrategias y campañas de comunicación, en los diferentes medios de comunicación, tradicionales, alternativos y digitales, con los cuales busca dar a conocer la gestión que adelanta la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES. Lo anterior, en cumplimiento del Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019 suscrito entre TEVEANDINA LTDA. y ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES.**" y la necesidad planteada por las obligaciones contractuales contraídas mediante el negocio jurídico No. 074-2019, suscrito con Colpensiones, así

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

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 de se adelantará mediante **CONCURSO PÚBLICO** 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 los 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)
- 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

2.1.6 Histórico Indicadores Financieros: 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 con corte a 31 de diciembre de 2018 de empresas del sector, arrojando la siguiente información:

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

NIT	Tercero	K Trabajo	Liquidez	Endeudamiento	Patrimonio	Rentabilidad Patrimonio	Rentabilidad Activo
890,801,783	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	23,512,134,000	1.98	49%	25,283,231,000	47%	23%
830,075,011	CENTURY MEDIA S A S	4,427,528,753	2.03	54%	5,121,229,577	45%	20%
860,070,624	GRUPO ONE SAS	1,200,162,000	1.62	66%	1,103,535,000	31%	10%
800,122,094	CENTRAL PROMOTORA DE MEDIOS S.A.S.	1,783,487,772	3.69	26%	2,233,087,079	10%	7%
830,069,499	CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS SA	4,007,708,954	2.46	68%	2,571,526,832	45%	14%
900,206,027	UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA	10,157,537,882	1.26	42%	51,896,615,635	5%	3%

Promedio	7,514,759,894	2.17	0.51	14,701,537,521	0.31	0.13
-----------------	----------------------	-------------	-------------	-----------------------	-------------	-------------

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

Indicador	Requerimiento
K Trabajo	50% o Mayor al valor del proyecto
Liquidez	1.5 o Mayor
Endeudamiento	60% o inferior
Patrimonio	80% o Mayor al valor del proyecto
Rentabilidad Patrimonio	10% o mayor
Rentabilidad Activo	5% o mayor

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

Para el cálculo del presupuesto oficial en el presente proceso se realizó un estudio del mercado en el mes de marzo, donde se emitieron catorce (14) Solicitudes de cotización para "**Prestar los servicios de análisis, difusión de estrategias y campañas de comunicación, en los diferentes medios de comunicación, tradicionales, alternativos y digitales, con los cuales busca dar a conocer la gestión que adelanta la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES. Lo anterior, en cumplimiento del Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019 suscrito entre TEVEANDINA LTDA. y ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES.**", por medio de correos electrónico, recibándose tres (3) cotizaciones las cuales cumplen con los factores de selección, por lo anterior se efectuó el siguiente cuadro comparativo de precios³.

3. Conclusiones

1. Luego de analizadas las propuestas y de acuerdo con las necesidades planteadas en el plan operativo por parte de la supervisión designada y COLPENSIONES el presupuesto para la presente contratación asciende a la suma de hasta: **SEISCIENTOS VEINTICUATRO MILLONES OCHOCIENTOS CUARENTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS VEINTISIETE PESOS M/CTE (\$ 624.846.427)** incluido IVA y todos los costos e impuestos a que haya lugar; este valor atiende a la proyección de las necesidades y los recursos destinados en medio del plan operativo del contrato Interadministrativo N° 074 de 2019 suscrito con COLPENSIONES.

³ Ver anexo.

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

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 09 de julio de 2020 o hasta agotar los recursos, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

Anexos:

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

Firma:



DANIEL HERRERA TORRES
Supervisor de Proyectos
Contrato de Prestación de Servicios N. 008 de 2020

Proyectó: Alexandra Ma. Beltrán Guerrero - Contrato PS No. 007 de 2020

