

## ANEXO - ESTUDIO DE MERCADO

### 1. ASPECTOS GENERALES.

Teniendo en cuenta las funciones que fueron debidamente asignadas a la Oficina Asesora de Comunicaciones y Mercadeo, entre las cuales se encuentran; Formular, implementar y controlar las políticas, estrategias, procesos, procedimientos y actividades comerciales orientadas a mercados de interés, acordes con el plan estratégico de la empresa, lo anterior con el fin de proteger la imagen corporativa de la misma y sus respectivos derechos de autor. De esta manera y para dar cumplimiento a lo anterior, la Oficina Asesora de Comunicaciones y Mercadeo del Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación - ICFES en el marco de los lineamientos de comunicación requiere adelantar el proceso para la contratación referente a la " Desarrollar la estrategia integral de comunicaciones del ICFES, la cual incluye, sin limitarse, el diseño y producción de medios, el diseño e impresión de material de divulgación externa e interna; el diseño y desarrollo de la nueva intranet y portal infantil; y el monitoreo de medios, tendientes a la ejecución de las políticas públicas, servicios, programas, proyectos, estrategias y acciones a su cargo."

Con base en lo anterior y con el objeto de definir el presupuesto de la contratación se hace necesario realizar un estudio de mercado donde se vea reflejado un análisis de la oferta y de la demanda que incluya aspectos económicos, técnicos, internacionales y regulatorios del objeto a contratar.

#### 1.1. ECONÓMICO

Para el análisis económico se tomará como referencia el sector de las empresas que desarrollan estrategias de comunicación en Colombia, específicamente del sector audiovisual, publicidad, multimedia, canales digitales entre otros. Este importante sector de la economía nacional, es un instrumento fundamental para las empresas que desean hacer uso de herramientas audiovisuales para lograr un efectivo reconocimiento de sus productos o servicios.

En Colombia este mercado dinámico posee una gran acogida, esta Industria ha experimentado un creciente incremento de su demanda y ha despertado un especial interés de las entidades públicas orientado a difundir sus políticas y servicios a los ciudadanos. A través de piezas de comunicación pertinentes, las entidades logran socializar el quehacer institucional orientado al cumplimiento de la misión y objetivos estratégicos, logrando así el posicionamiento en la mentalidad de sus usuarios, generando credibilidad y empatía.

Según el "informeCrecimiento Actual y Futuro de la Publicidad se Presenta a través de los Medios No Tradicionales" del portal financiero "sectorial"<sup>1</sup>. Del miércoles 16 de septiembre de 2015. El sector publicitario ha tenido un desempeño favorable con un

<sup>1</sup>[https://www.sectorial.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=69829:crecimiento-actual-y-futuro-de-la-publicidad-se-presenta-a-traves-de-los-medios-no-tradicionales&catid=40:informes-especiales&Itemid=208](https://www.sectorial.co/index.php?option=com_content&view=article&id=69829:crecimiento-actual-y-futuro-de-la-publicidad-se-presenta-a-traves-de-los-medios-no-tradicionales&catid=40:informes-especiales&Itemid=208)

marcado crecimiento de los medios no tradicionales, como las plataformas web y móviles. Sin embargo, los niveles de penetración aún son bajos.

Como bien sabemos la actividad publicitaria realiza procesos de concepción, diseño y producción de mensajes los cuales posteriormente son divulgados al público objetivo por medio de canales de comunicación. Actualmente estas actividades las realizan agencias de publicidad. Las 5 principales se evidencian a continuación con sus estados financieros con corte Diciembre 2014.

Tabla 1. Estados financieros de las cinco principales agencias de publicidad

No.	Empresa	Estado de Resultados			Activos	Pasivos	Patrimonio
		Ingresos Operacionales	EBITDA	Resultado Neto	Activo Total	Pasivo Total	Patrimonio Total
1	Publicar Publicidad Multimedia SAS	\$ 154.494	\$ 39.854	\$ 30.853	\$ 270.581	\$ 154.187	\$ 116.394
2	IPG Mediabrand SA	\$ 117.149	\$ (1.963)	\$ (972)	\$ 87.517	\$ 71.515	\$ 16.002
3	Visión & Marketing SAS	\$ 115.054	\$ 4.559	\$ 2.079	\$ 30.659	\$ 24.701	\$ 5.958
4	Marketmedios Comunicaciones SA	\$ 84.685	\$ 7.552	\$ 4.002	\$ 31.554	\$ 18.589	\$ 12.965
5	Efectimedios SA	\$ 83.586	\$ 13.313	\$ 8.414	\$ 48.176	\$ 21.065	\$ 27.112

Fuente: [https://www.sectorial.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=69829:crecimiento-actual-y-futuro-de-la-publicidad-se-presenta-a-traves-de-los-medios-no-tradicionales&catid=40:informes-especiales&Itemid=208](https://www.sectorial.co/index.php?option=com_content&view=article&id=69829:crecimiento-actual-y-futuro-de-la-publicidad-se-presenta-a-traves-de-los-medios-no-tradicionales&catid=40:informes-especiales&Itemid=208)

De acuerdo con el informe de InteractiveAdvertising Bureau<sup>2</sup>, durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2014 y el 31 de diciembre de 2014 se invirtieron 255.388 millones de pesos, frente a los 215.507 que se invirtieron en el 2013 en el mismo periodo. Además ratifican que Las plataformas Web y Mobiles continuaron con la tendencia creciente que se presentaba en los últimos años. En Web, la inversión publicitaria pasó de 210.878 millones de pesos en el 2013 a 245.344 millones de pesos en 2014. En plataformas móviles se pasó de \$462.809 millones de pesos a \$10.034,6 millones en 2014, presentando el mayor incremento y marcando una fuerte tendencia.

Si bien estos resultados son favorables, uno de los principales retos recae en la penetración de dispositivos móviles. En Colombia, 4 de cada 10 búsquedas que se hacen en Google se realizan mediante un dispositivo móvil, cifra que revela el potencial que tienen estos aparatos para la industria publicitaria. Sin embargo, la penetración que tienen los teléfonos inteligentes en el país es de tan solo el 15%, estando por debajo de pares latinoamericanos en el tema. Igualmente, es de gran relevancia empezar a desarrollar contenidos que puedan verse en esta clase de terminales, pues en la actualidad son mínimos y eso genera malas experiencias para los usuarios.

## 1.2 INTERNACIONAL

Para identificar el contexto contractual que podría aplicarse al presente proceso de contratación en el marco de la normativa y los acuerdos comerciales internacionales vigentes, se procedió a consultar la página [http://www.colombiacompra.gov.co/sites/default/files/manuales/cce\\_manual\\_acuerdos\\_comerciales\\_web.pdf](http://www.colombiacompra.gov.co/sites/default/files/manuales/cce_manual_acuerdos_comerciales_web.pdf), obteniendo como resultado la matriz que se resume a continuación:

<sup>2</sup><http://www.iabcolombia.com/lo-ultimo/la-inversion-en-publicidad-digital-crece-18-51/>

Acuerdo Comercial	Entidad Estatal Incluida	Presupuesto del proceso de contratación superior al valor del Acuerdo Comercial	Excepción aplicable al proceso de contratación	Proceso de contratación cubierto por el Acuerdo Comercial
Canadá	SI	SI	36, 37	No
Chile	SI	SI	36, 37	No
Estados Unidos	SI	SI	36, 37	No
El Salvador	NO	No	N/A	No
Guatemala	NO	No	N/A	No
Honduras	NO	No	N/A	No
Estados AELC	SI	SI	36, 37	No
México	NO	No	N/A	No
Unión Europea	SI	SI	37	No
Comunidad Andina de Naciones	SI	SI	N/A	SI

Así las cosas, se concluye que en virtud de las condiciones de los acuerdos vigentes, los mismos no le son aplicables al presente proceso de contratación en su totalidad, excepto el de la CAN.

Por otro lado en Colombia operan desde hace más de 30 años importantes agencias de publicidad internacionales como: Leo Burnett, J Walter Thomson, DDB, REP GREY WORLDWIDE SAS, McCANN - ERICKSON CORPORATION S.A., entre otras y más de 30 agencias locales como: OPTIMA, MARKETMEDIOS COMUNICACIONES, que trabajan para clientes nacionales e internacionales. A pesar de lo anterior de acuerdo con la revista portafolio<sup>3</sup>, el 2015 en Colombia arrancó con timidez para el sector de la publicidad debido a la devaluación del peso frente al dólar, y la desaceleración de la economía, de la incertidumbre frente al proceso de paz y de otros temas de gobierno que tienen a los empresarios a la expectativa.

### 1.3 ASPECTOS TECNICOS.

Como se mencionó en ítems anteriores del presente estudio de mercado, para el análisis de los aspectos técnicos el ICFES tomará como referencia la industria de las agencias de publicidad dividida en audiovisual, piezas de diseño, canales digitales, aspectos de comunicación interna y por último monitoreo de medios. Las condiciones técnicas se encuentran en el Anexo Técnico.

### 1.4 REGULA TORIO.

Las siguientes normas son aplicables al objeto del proceso de contratación:

- **Derechos de autor Ley 23 de 1982.**
- **Decisión 351 del 93 CAN, Derechos de autor**

<sup>3</sup><http://www.portafolio.co/negocios/cuentas-la-publicidad-pronostico-reservado-2015>

- **Ley de Transparencia.**
- **Estatuto Anticorrupción.**
- **Decreto 255 de 2013.** Ministerio de Cultura. Reglamentación de la forma de acreditar la participación artística y técnica nacional en las producciones y coproducciones colombianas.
- **Resolución 0384 de 2013.** Ministerio de Cultura Reglamentación para la aprobación de proyectos cinematográficos y la certificación de inversiones y donaciones.
- **Decreto 763 de 2009.** Ministerio de Cultura Reglamentación de la Ley 1185 de 2008 y modificaciones al Decreto 352 de 2004 y al 358 de 2000.
- **Decreto 358 de 2000.** Ministerio de Cultura Disposiciones relacionadas con la terminología legal utilizada; con la certificación de nacionalidad colombiana de las obras cinematográficas; con el patrimonio colombiano de imágenes en movimiento; con algunos incentivos tributarios a la cinematografía nacional, con la clasificación de películas y el sistema de información cinematográfica y con la autorización del Ministerio de Cultura para filmar películas en territorio nacional.
- **Resolución 7382 de 2007.** Ministerio de Cultura Modificaciones parciales a la Resolución 4042 de 2000.

## 1.5 ANALISIS DE LA DEMANDA.

Para el análisis de la demanda se consultó el SECOP, Identificando procesos de contratación cuyo objeto tuviese elementos cercanos o semejantes al del presente proceso, las contrataciones referenciadas corresponden tanto a las realizadas interior de la Entidad como a las adelantadas en otras Entidades Estatales, En este sentido, se tomaron como referencia los siguientes:

<b>Contratante</b>	ICFES
<b>Contrato No.</b>	<u>309 de 2015</u>
<b>Modalidad de selección</b>	Régimen Especial
<b>Objeto del contrato</b>	Prestación de servicios para el diseño, desarrollo y finalización de piezas que permitan dar cumplimiento a las estrategias de comunicación interna, externa y mercadeo del ICFES, servicios de monitoreo de medios; así como, los servicios logísticos para la organización y montaje en la producción de actividades de divulgación institucional, de mercadeo y campañas pedagógicas, que requiera el instituto en cualquier parte del territorio nacional, de acuerdo con las necesidades de la entidad, en el marco de la ejecución de las políticas públicas, servicios, programas, proyectos, estrategias y acciones a su cargo.
<b>Valor del contrato (incluido iva)</b>	2.800.000.000

<b>Forma de Pago</b>	Cada pago comprende los siguientes valores: A. VALORES FIJOS: Correspondiente al FEE de Agencia derivado del acompañamiento creativo dentro de las actividades de divulgación institucional, de mercadeo y campañas pedagógicas, ofertado por el proponente en su oferta económica y el servicio de monitoreo de medios y de redes sociales. B. VALORES VARIABLES: Estos valores corresponden a: 1. los requerimientos atendidos efectivamente por el Contratista para cada una de las actividades de divulgación institucional, de mercadeo y campañas pedagógicas realizadas durante el periodo, 2. los correspondientes a las piezas graficas diseñadas y/o producidas y recibidas a satisfacción por el supervisor del contrato durante el periodo, 3. los relacionados con la elaboración de productos de audio y audiovisuales y recibidas a satisfacción por el supervisor del contrato durante el periodo, 4. Los servicios logísticos recibidos a satisfacción por el supervisor durante el periodo y 5. El porcentaje de intermediación por la prestación del servicio logístico derivado de la oferta económica.
<b>Plazo de contrato</b>	hasta el 30 de diciembre de 2015
<b>Cantidades de bienes</b>	Servicio de diseño, monitoreo de medios, piezas audiovisuales
<b>Oferentes que participaron en el proceso de selección</b>	Optima, MaginComun, Simplex, Rep Grey, Centurymedia, PublicaGrup, Plataforma Monitoreo RS
<b>Condiciones mínimas exigidas al oferente</b>	La experiencia habilitante : en servicios 783 logísticos para la organización y montaje en la producción de actividades y 784 o eventos a nivel nacional, en diseño, 791 desarrollo y finalización de piezas gráficas, en elaboración 799 de productos de audio y audiovisuales,
<b>Garantías Exigidas</b>	El CONTRATISTA, deberá constituir la Garantía Única a favor del INSTITUTO COLOMBIANO PARA LA EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN- ICFES, identificado con el Nit. 860.024.301-6, expedida por una compañía de seguros autorizada para funcionar en Colombia o una garantía bancaria, que ampare los riesgos y vigencias en los siguientes términos: A. de cumplimiento general del contrato. B. Calidad del servicio. C. pago de salarios y prestaciones sociales.

<b>Contratante</b>	ICFES
<b>Contrato No.</b>	215 de 2015
<b>Modalidad de selección</b>	Selección Directa
<b>Objeto del contrato</b>	Creación de conceptos, desarrollo y finalización de piezas y mensajes para la divulgación del mensaje institucional del ICFES, así como el monitoreo de medios, de acuerdo con la estrategia integral de comunicaciones 2015



<b>Valor del contrato (incluido iva)</b>	(\$324.341.948)
<b>Forma de Pago</b>	EL CONTRATISTA ICFES cancelará al el valor del contrato conforme en pagos mensuales, de acuerdo con los servicios efectivamente prestados y/o los productos entregados y recibidos a satisfacción par parte del Supervisor del contrato en el correspondiente mes, previa radicación de factura en la que debe causarse en detalle el valor cobrado.
<b>Plazo de contrato</b>	El plazo único de ejecución del presente contrato será cuatro meses
<b>Cantidades de bienes</b>	Servicio de diseño, monitoreo de medios, piezas audiovisuales
<b>Oferentes que participaron en el proceso de selección</b>	Optima.
<b>Condiciones mínimas exigidas al oferente</b>	N.A
<b>Garantías Exigidas</b>	El Contratista se obliga a garantizar el cumplimiento de las obligaciones surgidas a favor del ICFES, con ocasión de la ejecución del contrato. Mediante la constitución de una garantía expedida a favor del INSTITUTO COLOMBIANO PARA LA EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN - ICFES, NIT. 860.024.301-6, expedida por una compañía de seguros autorizada para funcionar en Colombia o una garantía bancaria, que ampare los siguientes riesgos: (i) Cumplimiento: Deberá garantizar el cumplimiento general del contrato por el 20% del valor del mismo, por una vigencia que cubra el plazo del contrato y 4 meses más; (ii) Calidad del Servicio: Deberá garantizar la calidad del servicio contratado por el 10% del valor del mismo, por una vigencia que cubra el plazo del contrato y 4 meses más (iii) Pago de salarios y prestaciones sociales: por una suma igual al diez por ciento (10%) del valor total del contrato y con una vigencia igual al término de ejecución del mismo y tres (3) años más. Este riesgo debe cubrir al ICFES de los perjuicios ocasionados por el incumplimiento de las obligaciones laborales de contratista derivadas de la contratación del personal utilizado en el territorio nacional para la ejecución del contrato amparado.

<b>Contratante</b>	ICFES
<b>Contrato No.</b>	<u>170-2014</u>
<b>Modalidad de selección</b>	Régimen Especial
<b>Objeto del contrato</b>	Las actividades logísticas requeridas por el ICFES, se agrupan en dos componentes así: COMPONENTE 1: Eventos requeridos por la Dirección de Evaluación y la Oficina de Comunicaciones y Mercadeo y COMPONENTE 2: Realización del V Seminario internacional.

<b>Valor del contrato (incluido iva)</b>	\$493,516,384
<b>Forma de Pago</b>	ICFES cancelará al CONTRATISTA el valor del contrato según el componente así: Forma de pago componente 1: El ICFES pagará el valor del componente 1 mediante desembolsos por cada evento y/acy servicio debidamente ejecutado, de acuerdo con el valor cotizado en la oferta presentada por el contratista y aceptada por el ICFES, previa presentación de la factura o documento equivalente y entrega y aprobación del informe de realización de cada evento. Forma de pago componente 2: El ICFES pagará al contratista el valor del componente 2 en un (1) solo pago a la finalización del seminario, previa entrega de un informe que contenga en forma resumida los servicios prestados, los volúmenes entregados y los resultados obtenidos en medio magnético e impreso, conforme a los servicios efectivamente prestados y ejecutados y a lo establecido en la oferta económica
<b>Plazo de contrato</b>	con un plazo de ejecución hasta el 15 de diciembre de 2014
<b>Cantidades de bienes</b>	COMPONENTE 1: Eventos requeridos por la Dirección de Evaluación y la Oficina de Comunicaciones y Mercadeo y COMPONENTE 2: Realización del V Seminario Internacion
<b>Oferentes que participaron en el proceso de selección</b>	BEMARKETING, ORGANIZACIÓN SIMPLEX S.A., MAGIN COMUNICACIONES SAS,
<b>Condiciones mínimas exigidas al oferente</b>	Experiencia y equipo técnico

### Garantías Exigidas

A. De cumplimiento general del contrato, por una suma igual al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato y con una vigencia igual al término de ejecución del mismo y hasta la liquidación del contrato y debe amparar: (a) - el incumplimiento total o parcial del contrato, cuando el incumplimiento es imputable al contratista; (b) el cumplimiento tardío o defectuoso del contrato, cuando el incumplimiento es imputable al contratista; (c) los daños imputables al tratista por entregas parciales de la obra, cuando el contrato no prevé entregas parciales; y d) el pago del valor de las multas y de la cláusula penal pecuniaria. Para el contratista del Ítem 1 e Ítem 2 B. Calidad del servicio del contrato, por una suma igual al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato y con una vigencia igual al término de ejecución del mismo y hasta la liquidación del contrato. Para el contratista del Ítem 1 e Ítem 2. C. Pago de salarios y prestaciones sociales, por una suma igual al cinco por ciento (5%) del valor total del contrato y con una vigencia igual al término de ejecución del mismo y tres (3) años más. Este riesgo debe cubrir al ICFES de los perjuicios ocasionados por el incumplimiento de las obligaciones laborales del contratista derivadas de la contratación del personal utilizado en el territorio nacional para la ejecución del contrato amparado. Para el contratista del Ítem 1 e Ítem 2. D. Póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual: - Amparo de Predios, Labores y Operaciones, en la que se incluya cobertura por eventos por una suma igual al cien por ciento (100%) del valor total del contrato con una vigencia igual al término de ejecución del mismo. - Amparo de Responsabilidad Civil por Productos defectuosos (para el caso del suministro de bebidas y alimentos) por una suma igual al cien por ciento (100%) del valor del contrato. - Amparo de gastos médicos \$5.000.000 persona \$20.000.000 vigencia, sin aplicación de deducible. La compañía aseguradora indemnizará hasta el límite establecido en la póliza y dentro de los términos y con sujeción a las condiciones de este seguro, los gastos razonables que se causen dentro de los (90) días calendarios siguientes a la fecha del evento, por concepto de primeros auxilios inmediatos, servicios médicos, quirúrgicos, de ambulancia de hospital, de enfermeras y medicamentos, como consecuencia de las lesiones corporales producidas a terceros en desarrollo de las actividades del asegurado. El amparo que mediante ésta sección se otorga, es independiente del de responsabilidad civil extracontractual y por consiguiente, los pagos que por dicho concepto se realicen, en ningún caso pueden ser



	interpretados como aceptación tácita de responsabilidad y no están sujetos a la aplicación de deducible.
--	--

<b>Contratante</b>	MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL (MINSALUD)
<b>Contrato No.</b>	32
<b>Modalidad de selección</b>	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)
<b>Objeto del contrato</b>	Prestar los servicios de producción, realización y emisión de piezas de comunicación audiovisual sobre temas estratégicos del Ministerio de Salud y Protección Social.
<b>Valor del contrato (incluido iva)</b>	\$644,000,000
<b>Forma de Pago</b>	Pagos mensuales de acuerdo al servicio prestado.
<b>Plazo de contrato</b>	30/07/2016

<b>Cantidades de bienes</b>	Servicios de producción, realización y emisión de piezas de comunicación audiovisual
<b>Oferentes que participaron en el proceso de selección</b>	RTVC
<b>Condiciones mínimas exigidas al oferente</b>	N.A
<b>Garantías Exigidas</b>	Contrato interadministrativo

<b>Contratante</b>	UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VICTIMAS
<b>Contrato No.</b>	Número SA-004-2015
<b>Modalidad de selección</b>	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)
<b>Objeto del contrato</b>	¿Realizar la Pre-producción, Producción, post-producción y emisión de 22 capítulos en un canal con cobertura nacional de un programa de televisión que permita sensibilizar a los colombianos sobre la importancia de asistir y reparar a las víctimas del conflicto armado.
<b>Valor del contrato (incluido IVA)</b>	\$1,382,448,516
<b>Forma de Pago</b>	Los pagos distribuidos 30%, 30%, 15%, 15% y 10%. Previa aprobación del supervisor
<b>Plazo de contrato</b>	31/12/2015
<b>Cantidades de bienes</b>	22 Capítulos
<b>Oferentes que participaron en el proceso de selección</b>	LATAM FILMS, SLOW FITNESS, MUNICIPIO DE COVENAS, POSITIVA, LA URBE AGENCIA DE COMUNICACIONES SAS,
<b>Condiciones mínimas exigidas al oferente</b>	Pre-producción, Producción y pos-producción
<b>Garantías Exigidas</b>	Cumplimiento, Calidad y pago de salarios.

<b>Contratante</b>	META - GOBERNACIÓN
<b>Contrato No.</b>	053-2015
<b>Modalidad de selección</b>	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)

<b>Objeto del contrato</b>	ELABORACIÓN DE 50 CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DE 30 SEGUNDOS CADA UNA PARA PROMOCIONAR LAS ACCIONES, PROGRAMAS Y GESTIONES DEL GOBIERNO DEPARTAMENTAL EN TELEVISIÓN E INTERNET ¿REALIZACIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DE 29 VÍDEOS INSTITUCIONALES. DE 3 MINUTOS CADA UNO, SOBRE LAS INVERSIONES Y PROGRAMAS REALIZADOS EN CADA UNO DE LOS MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO. ¿ ELABORACIÓN DE 30 CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DE 30 SEGUNDOS CADA UNA Y EMISIÓN EN 10 EMISORAS LOCALES, EMISIÓN DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES, DURANTE DOS MESES EN 18 SALAS DE CINE DE VILLAVICENCIO Y BOGOTA 112 EMISIONES POR SALA.
<b>Valor del contrato (incluido iva)</b>	\$556,800,000
<b>Forma de Pago</b>	U n prime r pago parcia l equivalente a l cuarenta por ciento (40% ) delvalor total del contrato , una vez presentad o informe de avance del 40 % de la ejecución del contrato debidamente aprobado por el supervisor y b) u n último pago equivalente a l sesenta por ciento restante (60% ) restante del valor total del contrato previa presentación de informes finales y productos debidamente aprobados por el supervisor, acta de liquidación debidamente firmada y certificado del cumplimiento delobjeto contratado firmado por e l supervisor .
<b>Plazo de contrato</b>	05/12/2015
<b>Cantidades de bienes</b>	ELABORACION DE 50 CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DE 30 SEGUNDOS CADA UNA PARA PROMOCIONAR LAS ACCIONES
<b>Oferentes que participaron en el proceso de selección</b>	CORPORACION NUESTRO LLANO
<b>Condiciones mínimas exigidas al oferente</b>	El proponente deberá acreditar que cuenta con tres (03) contratos celebrados con entidades públicas y/o privadas, inscritos en el RUP el cual deberá estar vigente y en firme, y que sus valores sean iguales o superiores al cien por ciento (100%) del presupuesto oficial expresado en SMMLV

<b>Garantías Exigidas</b>	<p>a) AMPARO DE CUMPLIMIENTO POR EL 10 % del valor total del Contrato por un término igual a la su ejecución y cuatro meses más.</p> <p>b) AMPARO DEL PAGO DE SALARIOS Y PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES DEL PERSONAL EMPLEADO, en la ejecución del objeto contractual por un valor del 5% del valor del Contrato, por un término igual a la vigencia del Contrato y tres (3) años más.</p> <p>c) AMPARO CALIDAD DEL SERVICIO: equivalente al 10 % del valor del mismo y con un término igual a la ejecución del contrato y cuatro meses más.</p> <p>d) RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRA CONTRACTUAL. Por valor equivalente a 200 SMLMV y su vigencia será equivalente a 1 término de ejecución del contrato (artículo 2.2.1.2.3.1.17 decreto 1082 de 2013).</p>
---------------------------	---

<b>Contratante</b>	INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTAR FAMILIAR (ICBF)
<b>Contrato No.</b>	Ip0082015
<b>Modalidad de selección</b>	Licitación Pública
<b>Objeto del contrato</b>	Prestación de servicios para desarrollar el plan de medios de las estrategias de comunicación definidas por el ICBF, dirigidas a promocionar los derechos de los niños, las niñas, los adolescentes, los programas y servicios que presta el Instituto en cumplimiento de la Ley de la Infancia y la Adolescencia.
<b>Valor del contrato (incluido IVA)</b>	2.500.000.000
<b>Forma de Pago</b>	El valor del contrato se pagara así 1. Radio, televisión, sitios web: factura emitida por el medio de comunicación con certificación de emisión del medio, más el porcentaje de comisión ofertada. 2. Medios impresos: factura emitida por el medio de comunicación y entregar tres (3) ejemplares de cada uno de los periódicos donde se publicaron los avisos, más el porcentaje de comisión ofertada. 3. Medios exteriores: factura emitida por el medio de comunicación y adjuntar fotografía, video de la ubicación del mensaje, más el porcentaje de comisión ofertada
<b>Plazo de contrato</b>	31/12/2015
<b>Cantidades de bienes</b>	

<b>Oferentes que participaron en el proceso de selección</b>	CENTURY MEDIA S.A.S. OPTIMA TM S.A.S. CENTRAL PROMOTORA DE MEDIOS S.A.S. PUBBLICA S.A.S. HAROLD ZEA & ASOCIADOS S.A.S. ERCA COMUNICACIÓN INTEGRAL LTDA. PEZETA PUBLICIDAD LTDA. CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A. COMUNICACIÓN RADIAL LIMITADA FENIX MEDIA GROUP LTDA.
<b>Condiciones mínimas exigidas al oferente</b>	La presentación de máximo cinco (5) certificaciones, de contratos iniciados, ejecutados y terminados a satisfacción en los últimos cinco (5) años anteriores al cierre del proceso con entidades públicas o privadas, cuyo objeto del contrato esté relacionado o sea afín a: "LA EJECUCIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS EN RADIO, PRENSA, TELEVISIÓN Y MEDIOS ALTERNATIVOS DE COMUNICACIÓN"
<b>Garantías Exigidas</b>	Garantía Única. En caso que se adjudique a un Consorcio o Unión Temporal se deberán constituir las garantías contractuales con el NIT unificado del Consorcio o Unión Temporal. b. Certificación expedida por el Revisor Fiscal en caso de que lo hubiere o por el Representante Legal, donde conste que se encuentra al día en el pago a los Sistemas de Salud y Pensiones de todos sus trabajadores y en el pago de los aportes parafiscales por concepto de nómina durante los últimos seis (6) meses. c. Certificación de la entidad bancaria donde conste que el contratista es titular de la cuenta relacionada. Si el contratista el Consorcio y/o Unión Temporal, la certificación bancaria deberá estar a nombre de dicha figura asociativa.

Intranet – Pagina Web

<b>Contratante</b>	AGENCIA NACIONAL DEL ESPECTRO (ANE)
<b>Contrato No.</b>	CONTRATO NO 000049 DE 2015
<b>Modalidad de selección</b>	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)
<b>Objeto del contrato</b>	Contratar el servicio de actualización técnica, funcional y en contenidos de la Página Web, Intranet Institucional y micrositos de la ANE acorde a los lineamientos de Gobierno



	en Línea, la normatividad vigente y las necesidades de la entidad.																	
<b>Valor del contrato (incluido iva)</b>	\$95,226,900																	
<b>Forma de Pago</b>	Unico pago - contra entrega del servicio																	
<b>Plazo de contrato</b>	Hasta el 23 de Diciembre de 2015																	
<b>Cantidades de bienes</b>	Actualizar la página Web y la intranet																	
<b>Oferentes que participaron en el proceso de selección</b>	BISA CORPORATION LTDA, ASOCIACIÓN DE INGENIEROS DE SISTEMAS, CENTRO DE DESARROLLO DE NUEVAS TECNOLOGIAS, ITO SOFTWARE, MICROSITIOS, VIRTUAL, DOMOTI.																	
<b>Condiciones mínimas exigidas al oferente</b>	<p style="text-align: center;"><b>8.3 CAPACIDAD TÉCNICA</b></p> <p><b>8.3.1 Requisitos mínimos del proponente</b></p> <p>La firma proponente deberá acreditar a través del RUP cinco (5) contratos, cuya suma sea mayor o igual a dos (2) veces el presupuesto del presente proceso. Los cinco (5) contratos deben estar clasificados en alguna de las siguientes categorías:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Grupo</th> <th>Segmento</th> <th>Familia</th> <th>Clase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Servicios</td> <td rowspan="3">81-Servicios basados en Ingeniería, Investigación y Tecnología</td> <td rowspan="3">11-Servicios Informáticos</td> <td>15-Ingeniería de Software o hardware</td> </tr> <tr> <td>16-Programadores de computador</td> </tr> <tr> <td>21- Servicios de internet</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Productos de Uso Final</td> <td rowspan="2">82-Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes</td> <td rowspan="2">10-Publicidad</td> <td>18-Servicios de agencia de Publicidad</td> </tr> <tr> <td>55-Publicaciones Impresas, Publicaciones Electrónicas y Accesorios</td> <td>11-Material Electrónico de Referencia</td> <td>15-Publicaciones Electrónicas</td> </tr> </tbody> </table> <p>De los cinco (5) contratos reportados, por lo menos tres (3) deben estar registrados en clasificaciones diferentes.</p> <p>El incumplimiento de la experiencia mínima requerida o la no presentación de los soportes requeridos para acreditarla, dará lugar al <b>RECHAZO</b> de la propuesta.</p>	Grupo	Segmento	Familia	Clase	Servicios	81-Servicios basados en Ingeniería, Investigación y Tecnología	11-Servicios Informáticos	15-Ingeniería de Software o hardware	16-Programadores de computador	21- Servicios de internet	Productos de Uso Final	82-Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10-Publicidad	18-Servicios de agencia de Publicidad	55-Publicaciones Impresas, Publicaciones Electrónicas y Accesorios	11-Material Electrónico de Referencia	15-Publicaciones Electrónicas
Grupo	Segmento	Familia	Clase															
Servicios	81-Servicios basados en Ingeniería, Investigación y Tecnología	11-Servicios Informáticos	15-Ingeniería de Software o hardware															
			16-Programadores de computador															
			21- Servicios de internet															
Productos de Uso Final	82-Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	10-Publicidad	18-Servicios de agencia de Publicidad															
			55-Publicaciones Impresas, Publicaciones Electrónicas y Accesorios	11-Material Electrónico de Referencia	15-Publicaciones Electrónicas													
<b>Garantías Exigidas</b>	Garantía de cumplimiento, de calidad y prestaciones sociales.																	

## 1.6 ANALISIS DE LA OFERTA

Teniendo en cuenta la base de datos de los proveedores de la Oficina Asesora de Comunicaciones y mercadeo del ICFES, se identificaron los posibles oferentes, a quienes se les solicitaron cotizaciones via correo electrónico. Con el siguiente formato:

Bogotá D.C., 11 de Diciembre de 2015.

**Doctor (a)**  
**Nombre**  
**Cargo**  
**Empresa**

Cordial saludo,

<b>ADVERTENCIA</b>	La cotización solicitada servirá de base para la elaboración de un estudio de mercado y por tanto no constituye en sí misma una oferta y consecuentemente NO obliga a las partes.	
<b>OBJETO</b>	Prestación de servicios para el diseño y desarrollo de piezas que permitan dar cumplimiento a las estrategias de comunicación externa e interna del ICFES, medios de comunicación, servicios de monitoreo de medios, nueva intranet y portal infantil de acuerdo con la Estrategia Integral de Comunicaciones.	
<b>VALIDEZ DE LA COTIZACIÓN</b>	El plazo en el cual estará vigente la cotización es hasta el 90 días calendario. Por favor estimar precios de 2016.	
<b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b>	De acuerdo al numeral 2y sus subcapítulos del presente documento.	
<b>CONDICIONES DE CONTRATACIÓN</b>	<b>PLAZO</b>	El plazo de ejecución del contrato será hasta el 30 de diciembre de 2016 y/o hasta agotar el presupuesto asignado, lo que ocurra primero, contado a partir de la suscripción del acta de inicio previo del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato.
	<b>OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA</b>	De acuerdo al numeral No. 3y sus subcapítulos.
	<b>FORMA DE PAGO</b>	El ICFES cancelará el valor del contrato en pagos mensuales que incluirán los valores fijos y los valores variables de los servicios y productos ejecutados y recibidos a satisfacción por el supervisor durante el periodo. A cada factura deberá anexarse el certificado de cumplimiento suscrito por el supervisor del contrato, la certificación de cumplimiento del pago de los aportes al Sistema General de Seguridad Social, en salud y pensiones, y aportes parafiscales . Nota: Todos los gastos, derechos e impuestos, tasas o contribuciones por los servicios contratados se entenderán incluidos en cada uno de los valores ofertados. EL ICFES sólo efectuará las retenciones a que haya lugar. El pago se realizará dentro los quince (15) días hábiles siguientes al cumplimiento los requisitos exigidos en el presente numeral. La demora en el cumplimiento de los requisitos para el pago de la factura será responsabilidad del Contratista y no tendrá por ello derecho al pago de intereses o compensación de ninguna naturaleza. Lo anterior está sujeto a disponibilidad de PAC.

	<p>La modalidad de pago aquí señalada se ha establecido de acuerdo a un estudio previo de las condiciones del mercado; si usted como cotizante encuentra pendiente que esta varíe, indíquelo, justificando su solicitud.</p>
<b>GARANTÍA UNICA</b>	<p>El contratista garantizará el cumplimiento de las obligaciones que adquiere en el contrato, mediante la constitución de una GARANTÍA ÚNICA, a favor del INSTITUTO COLOMBIANO PARA LA EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN - ICFES, mediante uno cualquiera de los mecanismos de cobertura del riesgo contemplados en la normativa vigente sobre la materia. Dicha garantía debe contener los siguientes amparos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Cumplimiento:</b> por un valor equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, por el plazo del mismo y seis (6) meses más.</li> <li><b>2. Calidad del servicio:</b> Por valor equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, por el plazo del mismo y seis (6) meses más.</li> <li><b>3. Salarios y prestaciones sociales:</b> Por valor equivalente al cinco por ciento (5%) del valor del contrato, por el plazo del mismo más tres (3) años más.</li> </ol>
<b>VALOR OFRECIDO</b>	El presupuesto oficial del presente proceso es de la suma hasta de MIL TRESCIENTOS CIENTOS NUEVE MILLONES DE PESOS MONEDA LEGAL COLOMBIANA(\$1.309.000.000 ).
<b>RANGO DE PRODUCCION DE LA EMPRESA</b>	<b>Tiempo de existencia del proponente.</b> <b>Experiencia.</b> <b>Régimen Tributario.</b>
<b>PLAZO PARA PRESENTAR LA COTIZACIÓN</b>	El plazo de presentar la cotización es hasta el 15 de Diciembre de 2015.
<b>FIRMA</b>	



**DIEGO FERENCANDO SUÁREZ MANZUR**  
**JEFE OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES Y**  
**MERCADEO**

Teniendo en cuenta las funciones que fueron debidamente asignadas a la Oficina Asesora de Comunicaciones, entre las cuales se encuentran; Formular, implementar y controlar las políticas, estrategias, procesos, procedimientos y actividades comerciales orientadas a mercados de interés, acordes con el plan estratégico de la empresa, lo anterior con el fin de proteger la imagen corporativa de la misma y sus respectivos derechos de autor. De esta manera y para dar cumplimiento a lo anterior, la Oficina Asesora de Comunicaciones y Mercadeo del Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación - ICFES en el marco de los lineamientos de comunicación requiere adelantar el proceso para la contratación referente a la " Prestación de servicios para el diseño y desarrollo de piezas que permitan dar cumplimiento a las estrategias de comunicación externa e interna del ICFES, medios de comunicación, servicios de monitoreo de medios, nueva intranet y portal infantil de acuerdo con la Estrategia Integral de Comunicaciones."

Los interesados en participar en el presente estudio de mercado, de manera adicional al diligenciamiento del formato en Excel que se allega, deben incluir respectivamente el rango de producción de la empresa, discriminado de la siguiente manera; Tiempo de existencia del proponente, Experiencia y Régimen Tributario, adicional a dichos requerimientos podrán suministrar toda la información que consideren relevante para el buen desarrollo del presente proceso, e incluir su portafolio de servicios.

Para participar en el presente estudio de mercado los interesados deberán tener en cuenta lo siguiente:

- a) Sólo se deberá cotizar los productos y/o servicios que se relacionan en el archivo adjunto.
- b) Las inquietudes deben ser allegadas al correo electrónico: [jortega@icfes.gov.co](mailto:jortega@icfes.gov.co).
- c) La cotización solicitada servirá de base para la elaboración de un estudio de mercado y por tanto no constituye en sí misma una oferta y consecuentemente NO obliga a las partes.

Entre otras, a continuación se presentan algunas características generales del proceso: De las 10 solicitudes de cotizaciones enviadas, se recibieron 4 cotizaciones una de las cuales no fue tomada en cuenta para el presente análisis debido a que presentó variaciones en porcentajes importantes entre los precios unitarios. Se solicitó aclaración a la agencia sobre el tema pero a la fecha se encontraban en vacaciones y no podían enviar la revisión. Una vez obtenidas las 3 cotizaciones, se realizó un análisis comparativo de las mismas, en el cual se plasmó en el siguiente informe, incluyendo el valor de la media geométrica de cada precio unitario multiplicado por las unidades requeridas por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Mercadeo. Para un valor total del presupuesto de hasta (\$1.200.435.771) MIL

DOSCIENTOS MILLONES CUATROCIENTOS TREINTA Y CINCO MIL SETECIENTOS SETENTA Y UN IVA INCLUIDO.

---

**DIEGO FERENANDO SUÁREZ MANZUR**  
**JEFE OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES Y MERCADEO**  
Aprobó  
(Original Firmado)

---

**ING. JULY JOHANA ORTEGA**  
**PROFESIONAL CONTRATISTA DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES Y  
MERCADEO**  
Proyectó  
(Original Firmado)