

OBJETO: "Elaborar y suministrar piezas comunicativas y de Merchandising en el marco de la campaña del "Madsig Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible- sistema integrado de gestión". Con el objetivo de sensibilizar, incentivar e involucrar de manera activa a los funcionarios de la entidad en la implementación, mantenimiento y mejora del sistema integrado de gestión".

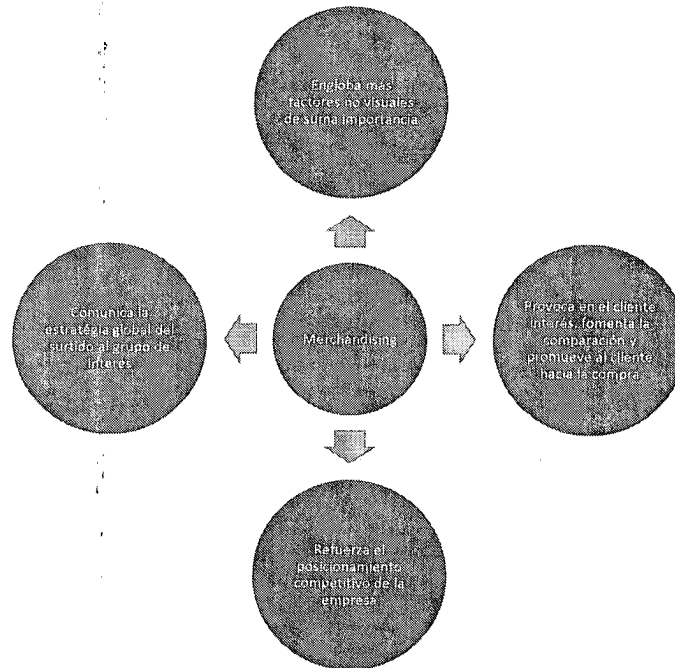
ESTUDIO DEL SECTOR

Dando alcance conforme a lo dispuesto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1. Del Decreto 1082 de 2015 se debe realizar durante la etapa de planeación el análisis necesario para "conocer el sector relativo del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de Riesgo"... Se expone la siguiente información.

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

El merchandising es una técnica relativamente nueva la cual surge cuando se da el libre comercio con el fin de promocionar las ventas masivas, pues el consumidor tenía mayor libertad de escoger y era imprescindible seguir asegurando el nivel de ventas reteniendo clientes pero principalmente atrayendo nuevos compradores. Por otro lado, las empresas han visto la necesidad de aplicar este tipo de actividades a sus clientes internos sus empleados, pues la necesidad de generar pertenencia y apropiación de la misión y la visión de la compañía es fundamental en el cumplimiento de sus funciones.

Se denomina Merchandising a la técnica mediante la cual se busca incrementar la rentabilidad de los puntos de venta de una empresa, así como el posicionamiento de la misma dentro del mercado; a través de la estimulación visual de los clientes tanto internos como externos. Generando la necesidad de adquirir el producto dado su atractivo o el estímulo hacia la pertenencia de los objetivos de la compañía. Dentro de las características del merchandising se encuentran:



Dentro de los aspectos más relevantes para generar una campaña de merchandising es importante conocer los pilares de la misma:

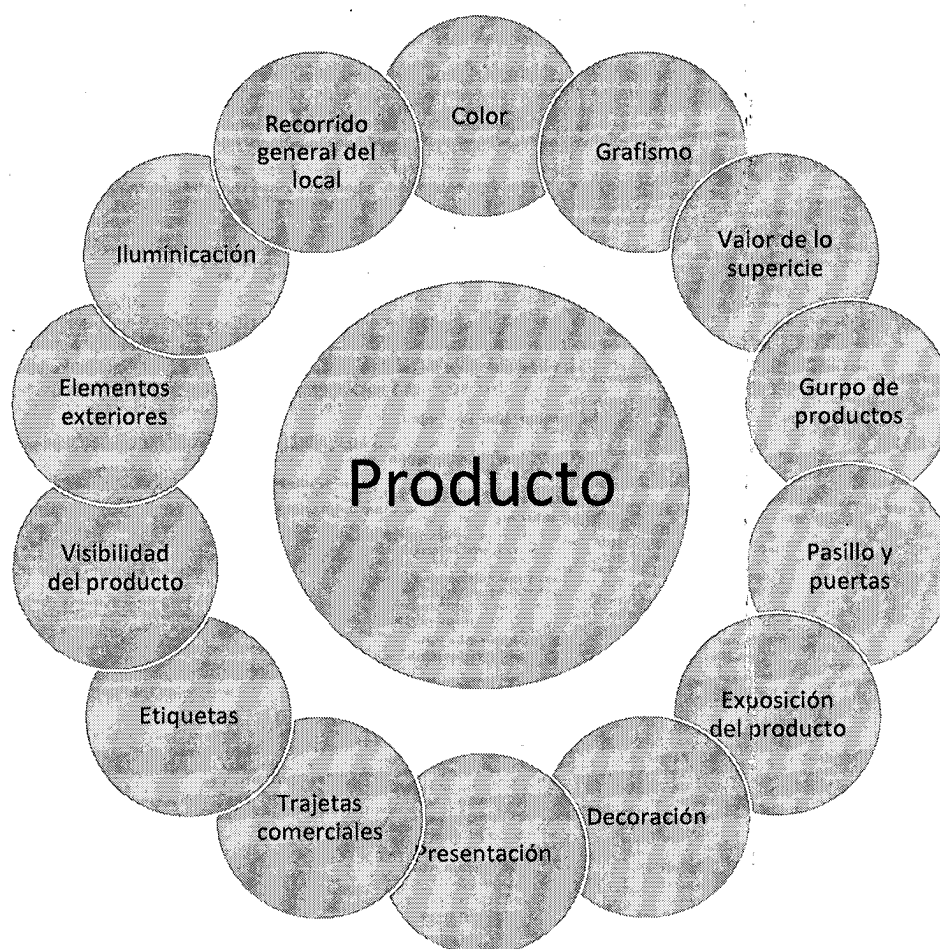
1. Si es el caso de un producto es indispensable que este se encuentre ubicado en un espacio visible, accesible y amplio.
2. El precio del artículo debe ser competitivo frente al mercado.
3. Debe existir una serie de actividades y acciones que generen atractivo y viveza tanto al producto como al punto de venta donde se encuentre ubicado.
4. Es importante atraer al consumidor no solo con el bajo costo del producto sino también mediante regalos.
5. Si es el caso de una campaña de sensibilización empresarial, se debe tener en cuenta que el producto debe ser un artículo de uso diario y fácil portabilidad, con el fin que la campaña siempre esté a la vista y genere ese atractivo en el destinatario.

Aplicar este método genera innumerables beneficios para la empresa

- Mayores ventas
- Reducción del tiempo de compra
- Mayor cantidad de compras por impulso
- Aprovechamiento del punto de venta
- Mayor rotación de inventarios

- Venta de stock
- Sentido de pertenencia
- Cumplimiento de objetivos empresariales
- Apropiación de la misión y la visión

Aspectos en los que se centra la técnica merchandising:



CIFRAS ECONÓMICAS¹

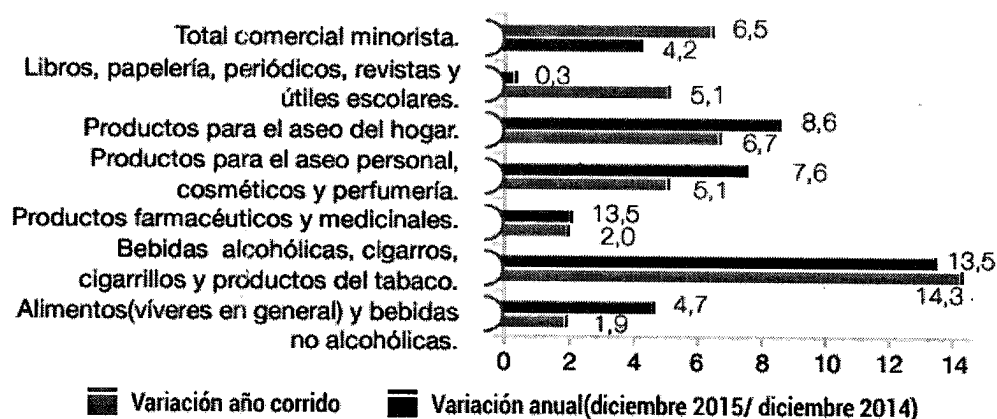
El sector de las impresiones se ha enfrentado a grandes desafíos dado el avance tecnológico que ha impregnado todos los sectores de la economía, los cambios de hábitos de los consumidores y la competencia

¹ http://www.andigraf.com.co/files/boletines/boletin_54.pdf

con la informalidad han obligado a que este sector se reinvente y se adapte las necesidades del mercado. De acuerdo con lo informado por la Andigraf existen aproximadamente 10.000 empresas formales, las cuales generan alrededor de 60.000 empleos directos y 100.000 indirectos.

Esta transformación se basa en la innovación y valor agregado a los clientes, sin embargo esto se ve afectado por la inflación que ha afectado estos últimos años al país, aumentando los costos de producción entre los cuales se encuentran la maquinaria, las partes de los equipos y los insumos.

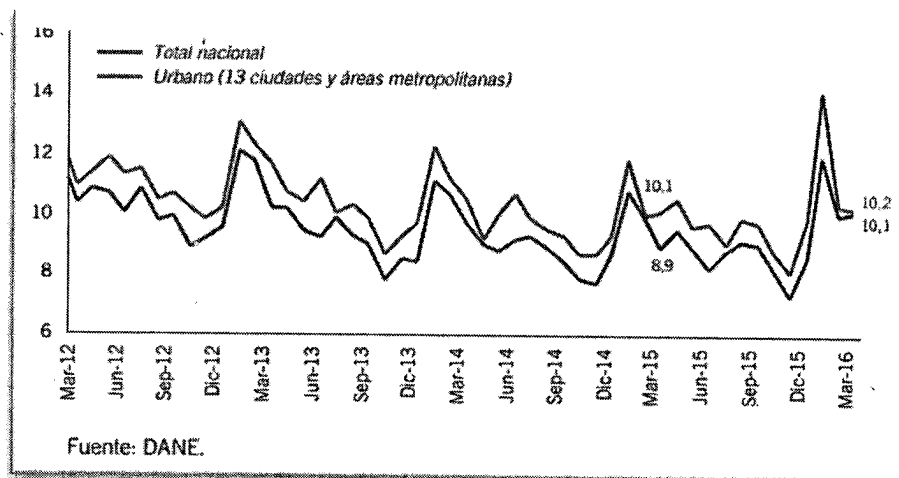
Variación Ventas Minoristas Productos Clientes (diciembre)



Fuente: DANE - EMCM

1.1. Realidad del Empleo:

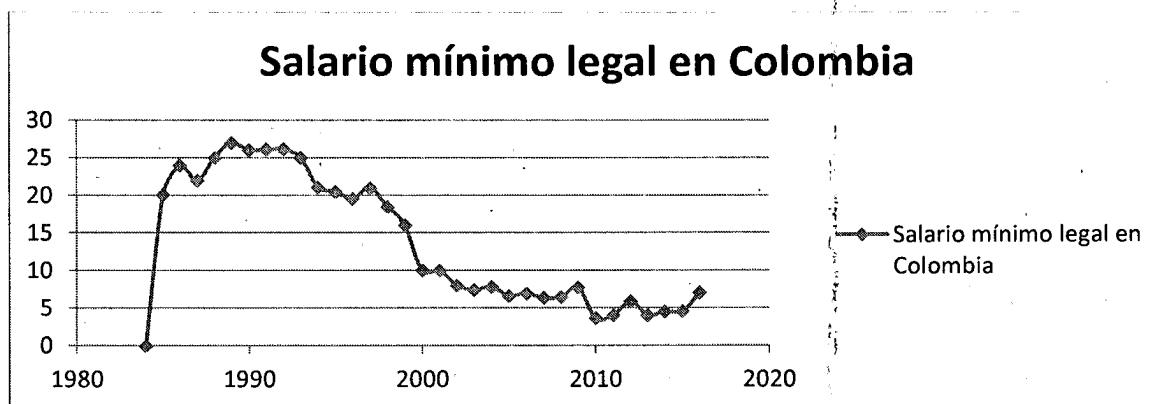
TASA DE DESEMPLEO



En materia de empleo el año 2015 fue un año positivo para el país, de acuerdo con la tasa reportada en diciembre del 8,9% la cual es la tasa más baja registrada los últimos años. Sin embargo en enero de 2016, se pudo evidenciar como el desempleo repunto con tasas significativas que estas cifras se debieron en gran medida a la situación global que está sufriendo el sector petrolero, el cual presento la mayor cantidad de desahucios de personal en los primeros meses del año 2016, aunado a lo anterior en la ciudad capital se presentó la brecha de cambio de administración lo cual generó también cambios significativos de personal. De acuerdo con el informe "Tendencia Económica, informe mensual de fedesarrollo No. 164, abril publicada el 5 de mayo de lo corrientes", se evidencia que por un aumento del número de desocupados en un 14,9% en los últimos 12 meses, aunado a lo anterior las principales de ciudades del país evidenciaron un aumento del 10,2% en la tasa con respecto al mismo periodo del año inmediatamente anterior. Lo cual implicó que este indicador se situara para el mes de marzo en 10,1%, lo cual comparada con el año 2015, tuvo un aumento en 1,2 puntos porcentuales.

1.2. Salario Mínimo e Inflación:

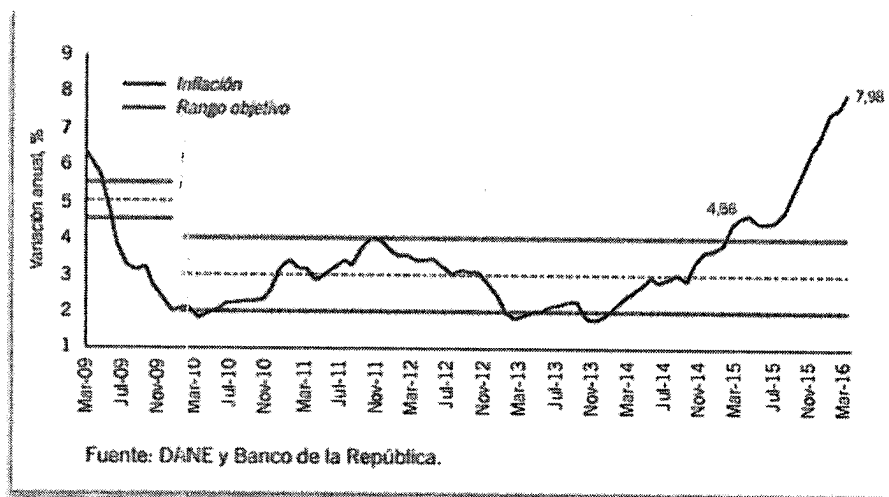
En el año 2016 los ciudadanos colombianos deben vivir una dura situación de empobrecimiento originada en la diferencia presentada entre el porcentaje de inflación con que cerró la nación en el año 2015 el cual fue de 6,77% y el incremento del salario mínimo para la presente vigencia el cual fue de 7%. Esto significa que de entrada hay una diferencia en su poder adquisitivo de 0,23% ya que se espera que los bienes que hacen parte de la canasta familiar se vean incrementados en un 7% mientras sus salarios, en el mejor de los casos, serán aumentados en un 6,77%. En esta situación es importante tener en cuenta que para aquellos casos en que los empleados ganen más que un salario mínimo y la empresa pertenece al sector privado, el empleador tiene total autonomía para definir el incremento que el salario de los empleados tendrá para el año 2016.



Fuente: Propia

Se puede evidenciar como en Colombia el Salario Mínimo hasta el año 2.000 tenía aumentos significativos sin embargo de acuerdo con las políticas de inflación se ha ido disminuyendo este aumento para controlar dichas cifras que se evidencian en la siguiente gráfica

INFLACIÓN Y RANGO OBJETIVO DEL BANCO DE LA REPÚBLICA



De acuerdo con el informe de FEDESARROLLO No. 164 publicado el 5 de mayo de los corrientes, se manifiesta que el índice de precios al consumidor (IPC) registró un aumento en el mes de marzo de 7.98%, en concordancia con la tendencia alcista de lo corrido del año, causado por las consecuencias del fenómeno del niño, así como el aumento en los costos de las materias primas generadas por el valorización del dólar, aunado a lo anterior la situación que se viene presentando con los altos precios del dólar. Lo que al final se traduce en 3.42 puntos porcentuales más que lo presentado en la misma época en el año 2015, siendo esta la inflación anual más alta desde octubre de 2008. Se espera que de acuerdo con las políticas del Banco de la República de aumentar la tasa de interés las veces que sea necesario con tal de bajar la mencionada inflación y llegar al porcentaje esperado de 3 a 4% en dos años.

2. ESTUDIO DE LA OFERTA

2.1. Gremios

ANDIGRAF²

"Es el gremio representativo de la cadena productiva de la comunicación gráfica; aliado para su transformación, crecimiento y rentabilidad, dentro de un marco de empresas totalmente sostenibles."

VALORES

² <http://www.andigraf.com.co/nosotros>

Excelencia en lo que somos y hacemos.

- *Equilibrio en las relaciones con nuestros afiliados.*
- *Pasión por la industria de la comunicación gráfica.*
- *Trabajo en equipo y por el equipo.*
- *Rentabilidad sostenible.”*

2.2. Proveedores

En el mercado existen oferentes que están en capacidad de prestar el servicio que se investiga en este estudio, ya sea de manera parcial o de manera total. A estas organizaciones se les envió una invitación a presentar información, con el objeto de tener una mayor aproximación a las tarifas y condiciones de mercado. Estas fueron de acuerdo a líneas de productos:

WINCKET INTERNATIONAL GROUP S.A.S
NEURONA INGENIERIA MAS DISEÑO S.A.S
B2 NETWORKS S.A S
CONTACTOS GESTIÓN DE NEGOCIOS S.A.S
CUARTO PODER OR S.A.S
ARKIMAX CORPORATIVO S.A.S.
DYNAMIC MERCHANDISING S.A.S
NASER MARKETING PERSONAL
DICOES
GRUPO DISPLAY IMPRESIÓN DIGITAL
EN POPA PUBLICIDAD

2.3. Normatividad aplicable al proceso de selección:

- Ley 872 de 2003
- Decreto 4110 de Diciembre 9 de 2004.
- Decreto 4485 de 2009

3. ESTUDIO DE LA DEMANDA

3.1. Contrataciones Similares de la Entidad:

No. CTO	MODALIDAD	OBJETO A CONTRATAR	CONTRATISTA	CUANTIA	FORMA DE PAGO	PLAZO DE EJECUCION	ESTADO DEL PROCESO Y GARANTÍAS
171-2013	Mínima Cuantía	Elaborar y suministrar piezas comunicativas y de merchandising en el marco de la campaña MADSIG – Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible Sistema Integrado de Gestión con el objetivo de sensibilizar, incentivar e involucrar de manera activa a los funcionarios de la entidad en la implementación, mantenimiento y mejora del Sistema Integrado de Gestión	Arkimax Corporativo S.A.S	\$12.620.760	1. 50% primera entrega de productos 2. 50% segunda entrega de productos	Hasta el 30 de noviembre de 2013	Celebrado, 1. Cumplimiento: 20% del contrato, término de ejecución y 4 meses más. 2. Calidad de los bienes: 20% del contrato, término de ejecución y 4 meses más.
491 - 2014	Mínima Cuantía	Elaborar y suministrar piezas comunicativas y de merchandising en el marco de la campaña MADSIG – Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible Sistema Integrado de Gestión con el objetivo de sensibilizar, incentivar e involucrar de manera activa a los funcionarios de la entidad en la implementación, mantenimiento y mejora del Sistema Integrado de Gestión	Arkimax Corporativo S.A.S	\$16.041.100	1. 50% primera entrega de productos 2. 50% segunda entrega de productos	2 meses	Liquidado, 1. Cumplimiento: 20% del contrato, término de ejecución y 6 meses más. 2. Calidad de los bienes: 20% del contrato, término de ejecución y 6 meses más.

3.2. Contrataciones Similares de Otras Entidades:

No. CTO	MODALIDAD	ENTIDAD	OBJETO A CONTRATAR	CONTRATISTA	CUANTIA	FORMA DE PAGO	PLAZO DE EJECUCION	ESTADO DEL PROCESO Y GARANTÍAS
115 - 2016	Mínima Cuantía	Ejército Nacional	La adquisición de material publicitario agendas especiales y multimedios, con destino al departamento de acción integral y desarrollo de comando ejército	Legis S.A.	\$67.996.745	Contra entrega.	Hasta el 10 de noviembre de 2016	1. Calidad de los bienes: 50% del contrato, término de ejecución y 6 meses más. 2. Cumplimiento: 30% del contrato, término de ejecución y 4 meses más 3. Prestaciones sociales: 5% del contrato, término de ejecución y 3 años más
SASl-001-2016	Selección Abreviada	Personería Municipio de Valledupar	Suministro de diferentes elementos de impresos publicitarios para la personería municipal de Valledupar	Gráficas del Comercio S.A.S	\$30.000.000	Contra entrega.	15 días	1. Cumplimiento: 10% del contrato, término de ejecución y 4 meses más. 2. Calidad: 10% del contrato, término de ejecución.

No. CTO	MODALIDAD	ENTIDAD	OBJETO A CONTRATAR	CONTRATISTA	CUANTIA	FORMA DE PAGO	PLAZO DE EJECUCION	ESTADO DEL PROCESO Y GARANTÍAS
115 - 2016	Mínima Cuantía	Ejército Nacional	La adquisición de material publicitario agendas especiales y multimedios, con destino al departamento de acción integral y desarrollo de comando ejército	Legis S.A.	\$67.996.745	Contra entrega.	Hasta el 10 de noviembre de 2016	1. Calidad de los bienes: 50% del contrato, término de ejecución y 6 meses más. 2. Cumplimiento: 30% del contrato, término de ejecución y 4 meses más 3. Prestaciones sociales: 5% del contrato, término de ejecución y 3 años más
IPES No. 07 de 2016	Subasta	Instituto Para La Economía Social - IPES	Suministro de piezas de comunicación, material pop y Merchandising que posicione la imagen del ipes y permitan fortalecer la gestión de la entidad en el marco del plan de desarrollo bogotá mejor para todos	N/A	\$77.133.925	Contra entrega.	1 meses	1. Cumplimiento: 20% del contrato, término de ejecución y 4 meses más. 2. Calidad y correcto funcionamiento de los bienes: 10% del contrato, término de ejecución y 4 meses más. 3. Prestaciones sociales: 10% del contrato, término de ejecución y 3 años más.
11-30-32-20-106-16	Mínima Cuantía	Alcaldía Municipio de Envigado	Implementación De Una Estrategia De Sensibilización Para La Disminución Del Ejercicio De La Mendicidad En El Municipio De Envigado (Campaña No Mendicidad)	Aurion Publicidad	\$9.883.200	Contra entrega	2 meses	1. Cumplimiento del contrato: 20% del contrato, vigente hasta la liquidación. 2. Calidad de bienes: 15% del contrato, término de ejecución y 3 meses más. 3. Calidad del servicio: 15% del contrato, término de ejecución 4. Prestaciones sociales: 15% del contrato, término de ejecución y 3 años más.

4. CONCLUSIONES:

Se presenta a continuación los precios cotizados por los diferentes proveedores, de acuerdo con las especificaciones técnicas allegadas por la Dependencia solicitante, así:

ITEM	CANT	DESCRIPCIÓN	DYNAMIC MERCHANDISING S.A.S				EN POPA PUBLICIDAD				DICOES GRUPO PUBLICITARIO				NEURONA CONECTANDO IDEAS			
			VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
1.	100	Memoria USB en madera ecológica de 8 GB, según las condiciones mínimas técnicas	23.350	2.335.000	373.600	2.708.600	22.500	2.250.000	360.000	2.610.000	22.000	2.200.000	352.000	2.552.000	22.000	2.200.000	352.000	2.552.000
2.	150	Agendas institucionales (papel ecológico) con las condiciones mínimas técnicas	9.300	1.395.000	223.200	1.618.200	9.000	1.350.000	216.000	1.566.000	10.000	1.500.000	240.000	1.740.000	8.000	1.200.000	192.000	1.392.000
3.	225	Bolsas reutilizables, según las condiciones mínimas técnicas	8.450	1.901.250	304.200	2.205.450	4.840	1.089.000	174.240	1.263.240	3.600	810.000	129.600	939.600	3.200	720.000	115.200	835.200
4.	100	Sombrillas, según las condiciones mínimas técnicas.	22.600	2.260.000	361.600	2.621.600	25.900	2.590.000	414.400	3.004.400	29.000	2.900.000	464.000	3.364.000	21.000	2.100.000	336.000	2.436.000
5.	150	Portalápices, según las condiciones mínimas técnicas.	14.000	2.100.000	336.000	2.436.000	12.700	1.905.000	304.800	2.209.800	17.000	2.550.000	408.000	2.958.000	9.000	1.350.000	216.000	1.566.000
6.	100	Antibacterial recargable, según las condiciones mínimas técnicas.	1.550	155.000	24.800	179.800	1.800	180.000	28.800	208.800	2.500	250.000	40.000	290.000	4.500	450.000	72.000	522.000
7.	50	Carga bolsos metálicos, según las condiciones mínimas técnicas	9.350	467.500	74.800	542.300	9.220	461.000	73.760	534.760	7.800	390.000	62.400	452.400	4.300	215.000	34.400	249.400
TOTAL						12.311.950				11.397.000				12.296.000				9.552.600

1. El valor sugerido para la presente contratación corresponde a la suma de Once Millones Trescientos Ochenta y Nueve Mil Trescientos Ochenta y Ocho Pesos M/CTE (\$11.389.388) incluido IVA, el cual fue el resultado de promediar los valores cotizados por las empresas que allegaron su información del portafolio de servicios y de acuerdo a las nuevas cantidades establecidas por el área, como se muestra a continuación:

MERCHANDISING	DYNAMIC MERCHANDISING S.A.S	EN POA PUBLICIDAD	DICOES GRUPO PUBLICITARIO	NEURONA CONECTANDO IDEAS	PROMEDIO
VALOR TOTAL	12.311.950	11.397.000	12.296.000	9.552.600	11.389.388

Proyectó:

Diana Carolina Alvarez Blanco
 Contratista Grupo de Contratos

Revisó

Gustavo Adolfo Álvarez Torres
 Contratista Grupo de Contratos

Aprobó:

Diana Marcela Medina Díaz
 Coordinadora Grupo de Contratos

