Municipio de Villavicencio



| | |
|---|---|
| **OBJETO A CONTRATAR:** | PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACIÓN Y PROMOCION RADIAL EN AMPLITUD MODULADA (AM) DE LOS PROGRAMAS, PROYECTOS Y DEMÁS TEMAS DE INTERÉS PÚBLICO DE LA ALCALDÍA DE VILLAVICENCIO. |
| **PRESUPUESTO OFICIAL:** | CINCO MILLONES CUARENTA MIL PESOS MONEDA CORRIENTE ($5.040.000 m cte.) |
| **PLAZO:** | DOS (2) MESES |
| **CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO Y EL SECTOR AL CUAL PERTENECEN** | 82101601 PUBLICIDAD RADIAL |
| **CLASE DE CONTRATO A CELEBRAR** | PRESTACIÓN DE SERVICIOS |

"En términos generales, entre 15 y 64 años, la versión gratuita de Spotify ocupa el octavo escalafón, superada por Blu Radio (32%), La Mega (30%), W Radio (30%), Olímpica Stereo (27%), La FM (26%), Caracol Radio (26%) y Tropicana (25%).

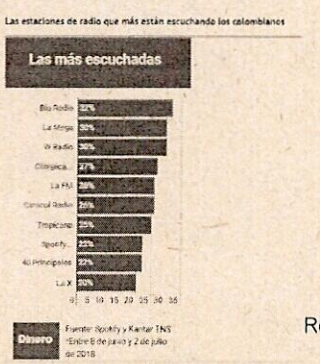
Según el informe, mientras que van en el carro, los colombianos prefieren escuchar radio (23%) que Spotify (4%); pese a que en sus teléfonos inteligentes prefieren Spotify (53%) que radio (28%).

La medición también señala que hay personas que solo escuchan radio, otras que alternan con plataformas de streaming y otras que solo usan Spotify. En promedio, un 17,7% de las personas consultadas solo usan Spotify.

Un referente es que si se compara con Blu Radio, esta emisora tiene un alcance único de 24,2%, mientras que 8% de sus oyentes usa ambas plataformas y para Spotify el alcance único es de 14,5%.

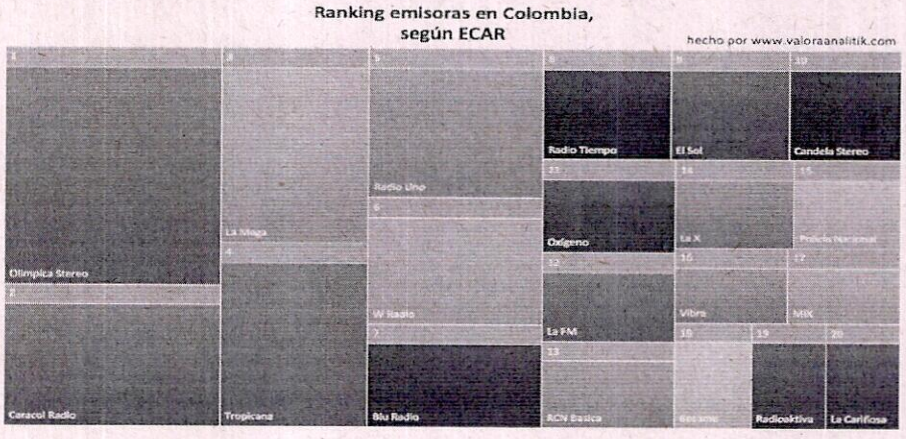
Al compararse con La Mega, su alcance único es 20,7%, la duplicidad es 9,2% y el alcance único de Spotify es 13,3%. En el caso de W Radio, tiene un alcance único de 21,9%, una duplicidad de 7,8% y una torta del mercado de 14,6% para Spotify.

En cuanto a formatos, la mayoría de usuarios relacionan Spotify con música y esta plataforma se compara también con radio hablada. Resulta que según Machado, cada vez tienen mayor participación en la plataforma los podcast (o audios digitales), con incrementos porcentuales de tres dígitos. "Es una estrategia global de la compañía", comenta el directivo."

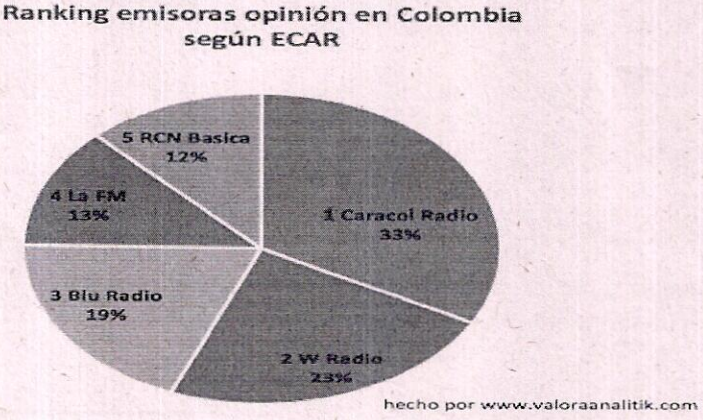


(https://www.dinero.com/empresas/articulo/estaciones-de-radio-mas-escuchadas-en-colombia-2018/261383)

Olímpica Stereo encabeza, con el 11,5 % de la participación dentro del total de audiencias, el ranking de las 20 emisoras más escuchadas en Colombia, elaborado a partir del reporte del Estudio Continuo de Audiencia de Radio (Ecar), que mide a las estaciones del país.




Le siguen, entre las estaciones de música, La Mega (6,6 %), Tropicana (6,2 %), Radio Tiempo (3,2 %), El Sol (3 %), Candela Estéreo (2,8 %), Oxígeno (2,7 %), La X (2,4 %), Policía Nacional (2,1 %), Vibra (1,9 %) y Mix (1,9 %), Bésame (1,8 %), Radioaktiva (1,8 %) y La Cariñosa (1,8 %). La audiencia total de la muestra es de 26.500.
Caracol Radio lidera el ranking de emisoras de opinión, con una participación del 33 %. Le siguen la W Radio (23 %), Blu Radio (19 %), La FM (13 %) y RCN Básica (12 %).



Municipio de Villavicencio

**Proceso Gestión de la Contratación**
MODELO DE ANÁLISIS DEL SECTOR PARA PROCESOS
DE MÍNIMA CUANTÍA

VILLAVICENCIO
ESTIMACIÓN DE OYENTES PROMEDIO POR DÍA PARA CADA EMISORA.

| PUESTO | EMISORA | OYENTES |
|---|---|---|
| 1 | 1362-OLÍMPICA STÉREO | 137.2 |
| 2 | 1352-LA MEGA | 71.2 |
| 3 | 1366-RCN RADIO | 55.7 |
| 4 | 1360-LOS 40 PRINCIPALES | 28.4 |
| 5 | 1376-TROPICANA STÉREO | 26.9 |
| 6 | 1351-LA SUPERESTACIÓN | 19.2 |
| 7 | 1380-RCN RADIO | 15.7 |
| 8 | 1359-POLICÍA NACIONAL | 11.9 |
| 9 | 1331-LA VOZ DE LOS CENTAUROS DE CARACOL | 10.2 |
| 10 | 1368-LA VOZ DE LA ESPERANZA | 9.3 |
| 11 | 1385-W RADIO | 8.1 |
| 12 | 1331-LA VOZ DEL LLANO LA CARIDOSA | 6.6 |
| 13 | 1323-ONDAS DEL META | 4.3 |
| 14 | 1387-CARACOL STÉREO | 3.1 |
| 15 | 1378-VILLAVO ART FM | 0.8 |

De acuerdo a los anteriores rankings, la tendencia de los ciudadanos al escuchar sus emisoras, se puede evidenciar que las emisoras institucionales a nivel nacional y regional no son las más sintonizadas, en razón a esto es que se hace necesario contar con el servicio de divulgación en un espacio publicitario, en un medio radial en Amplitud modulada (AM) de mayor sintonía que el institucional, para difundir y promover en la comunidad la información requerida para el conocimiento de la gestión de gobierno y la divulgación de los diferentes proyectos programas y planes a desarrollar y ejecutados en la administración Municipal

De conformidad con lo dispuesto en el **art. 2.2.1.1.1.6.1 del decreto 1082 de 2015,** el alcance del estudio de sector debe ser proporcionado al valor del Proceso de Contratación, la naturaleza del objeto a contratar, el tipo de contrato y a los Riesgos identificados para el Proceso de Contratación.

Para proceder con el presente análisis del sector se realizará el análisis del mercado, el análisis de la demanda y el análisis de la oferta, así:

## 1. ANÁLISIS DEL MERCADO

**1.1**PERSPECTIVA ECONÓMICA:
La difusión de la información en diferentes medios de comunicación radial que cuenten con cobertura en el municipio de Villavicencio facilitan la necesidad de realizar campañas de difusión para implementar estrategias comunicativas para la difusión de las acciones, oportunidades, ventajas económicas y sociales que ofrece el municipio de Villavicencio a sus ciudadanos.

Para un contrato de Prestación del Servicio están integrados los costos de la publicidad en radio, los cuales son la base o punto de referencia para establecer el valor total a contratar, se cuantifican de conformidad con los productos y actividades solicitados en el contrato, por el Secretario de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones -TIC responsable del estudio de mercado.

Sin embargo es necesario mencionar que las emisoras en Amplitud Modulada (AM) han sido tradicionalmente las que han contado con la mayor cantidad de espacios noticiosos en el Municipio de Villavicencio. Los costos de dichos espacios varían de acuerdo al horario de mayor audiencia ubicado en el horario de 4:00 a.m. hasta las 12:00 p.m. De cada emisora de acuerdo al comportamiento de la audiencia.

Los Impuestos y retenciones que surjan del presente contrato, corren por cuenta del Contratista, el municipio de Villavicencio hará las retenciones del caso y cumplirá con las obligaciones fiscales que ordene la Ley.

Gastos asumidos por el contratista:

| | CONCEPTO | VALOR DEL DESCUENTO |
|---|---|---|
| 1. | Estampillas | 6% Del valor bruto del contrato |
| 2. | Rete fuente | N.A |
| 3. | Prounillanos | N.A |
| 4. | Rete ICA | 6X1.000 |
| 5. | Retención en la fuente de iva | N.A |

✓ Seguridad Social. Sobre el 40% del valor bruto del contrato, el/la contratista debe pagar aportes al sistema de seguridad social en salud, un 12.5%, y en pensiones, un 16%. Respecto del pago de aportes al sistema de riesgos profesionales, el/la contratista tiene la obligación de afiliarse, según lo estipulado por el artículo 2 literal a) numeral 1 y parágrafo 3° de la Ley 1562 de 2012.
✓ En caso de ser persona jurídica se dará cumplimiento a lo establecido en el Art. 50 Ley 789 de 2002.

### 1.2 PERSPECTIVA LEGAL

Nos basamos en la normas de la Contratación Estatal:

Ley 80 de 1993
Ley 1150 de 2007
Ley 1474 de 2011
Decreto 1082 de 2015
Constitución política de 1991

## 2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### 2.1 ADQUISICIONES PREVIAS DEL MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO

De acuerdo con la evolución histórica de este tipo de contratación en el municipio de Villavicencio, se analizó el comportamiento de sus adquisiciones anteriores del bien o servicio, teniendo en cuenta:

Municipio de Villavicencio



| CRITERIO ANALIZADO PARA LA VIGENCIA ANTERIOR | CONCLUSIÓN |
|---|---|
| Modalidad de selección del contratista. | Mínima cuantía |
| Número y fecha del contrato | **ACEPTACION DE OFERTA No. 1393 SMC-No.028 DEL 13 DE OCTUBRE DE 2020 PROCESO EN SECOP II** |
| Objeto del contrato. | Prestación de servicios de divulgación radial en amplitud modulada (AM) de los programas, proyectos y demás temas de interés publico de la Alcaldía de Villavicencio. |
| Las autorizaciones, permisos y licencias requeridas para su ejecución, y cuando el contrato incluye diseño y construcción, los documentos técnicos para el desarrollo del proyecto | N.A |
| Valor de los contratos y forma de pago. | NUEVE MILLONES DE PESOS M/CTE $9.000.000<br>EN TRES PAGOS. |
| Número de contratos suscritos para el efecto y vigencias de los mismos. | |
| Vigencia de los contratos. | 2020 |
| Presupuesto con cargo al cual han sido ejecutados los contratos | Funcionamiento |
| Comportamiento de los contratistas, imposición de sanciones. | Ninguna |
| Condiciones de pago establecidas en los contratos anteriores. | Previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social correspondiente al mes ejecutado, cuenta de cobro, informe del supervisor y/o interventor de cumplimiento a cabalidad de las obligaciones a cargo del contratista. El último pago se realizará con acta de terminación y liquidación. |
| Garantías exigidas en los Proceso de Contratación y ocurrencia de siniestros. | **CUMPLIMIENTO:** Su cuantía será equivalente al DIEZ por ciento (10%) del valor del contrato y cubrirá la vigencia del mismo |

| CRITERIO ANALIZADO PARA LA VIGENCIA ANTERIOR | CONCLUSIÓN |
|---|---|
| Modalidad de selección del contratista. | Mínima cuantía |
| Número y fecha del contrato | **ACEPTACION DE OFERTA No. 1562 SMC-No.040 DEL 29 DE OCTUBRE DE 2020 PROCESO EN SECOP II** |
| Objeto del contrato. | Prestación de servicios de divulgación radial en amplitud modulada (AM) de los programas, |

| | |
|---|---|
| | proyectos y demás temas de interés publico de la Alcaldía de Villavicencio. |
| Las autorizaciones, permisos y licencias requeridas para su ejecución, y cuando el contrato incluye diseño y construcción, los documentos técnicos para el desarrollo del proyecto | N.A |
| Valor de los contratos y forma de pago. | SIETE MILLONES CUATROCIENTOS CUARENTA MIL PESOS MDA CTE ($7.440.000.oo) EN TRES PAGOS |
| Número de contratos suscritos para el efecto y vigencias de los mismos. | |
| Vigencia de los contratos. | 2020 |
| Presupuesto con cargo al cual han sido ejecutados los contratos | Funcionamiento |
| Comportamiento de los contratistas, imposición de sanciones. | Ninguna |
| Condiciones de pago establecidas en los contratos anteriores. | Previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social correspondiente al mes ejecutado, cuenta de cobro, informe del supervisor y/o interventor de cumplimiento a cabalidad de las obligaciones a cargo del contratista. El último pago se realizará con acta de terminación y liquidación. |
| Garantías exigidas en los Proceso de Contratación y ocurrencia de siniestros. | **CUMPLIMIENTO:** Su cuantía será equivalente al DIEZ por ciento (10%) del valor del contrato y cubrirá la vigencia del mismo |

## 2.2. HISTÓRICO DE COMPRAS O ADQUISICIONES DE OTRAS ENTIDADES ESTATALES Y OTROS CONSUMIDORES DEL BIEN O SERVICIOS

La Secretaría de las tecnologías de la información y Comunicaciones TIC, ha identificado y analizado cómo otras entidades estatales han realizado procesos de contratación con características similares.

Las adquisiciones o compras de otras Entidades Estatales consultadas en el SECOP, son:

**NOMBRE DE LA ENTIDAD:** GOBERNACION DEL META
**OBJETO DE LA CONTRATACIÓN**: "LA EMISION DE PUBLICIDAD ALUSIVA A LA GESTION D EL DEPARTAMENTO A TRAVES DE LOS DISTINTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIO, TELEVISION, WEB, PERIODICOS, REVISTAS Y OTROS MEDIOS ALTERNATIVOS" ALCANCE DEL OBJETO: Emisión de 20 cuñas radiales y 10 informes radiales de do s (2 ) minutos cada uno mensuales por cuatro (4 ) meses , para la difusión de las acciones y programas de gobierno del Meta, emitido los sábados, en el horario de 11.00 am a 12:00 m, por una emisora de amplitud modulada a nivel local y/o del Departamento del Meta .
**MODALIDAD DE LA CONTRATACIÓN**: Mínima Cuantía.
**VALOR DE LA CONTRATACIÓN**: $ 8.000.000

Municipio de Villavicencio



**REFERENCIA DEL PROCESO**: OOSJ-MO-PS-032-2019

**NOMBRE DE LA ENTIDAD:** GOBERNACION DEL META
**OBJETO DE LA CONTRATACIÓN:** "MANTENER INFORMADA A LA COMUNIDAD DE LA GESTION REALIZADA POR LA ADMINISTRACION DEPARTAMENTAL A TRAVES D E UNA SERIE DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS A DIFUNDIR EN LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES Y REGIONALES" Alcance del Objeto: Emisión de 40 promociones y 20 informes radiales, de dos (2) minutos cada uno, mensuales por tres (3) meses para la difusión de las acciones y programas de gobierno del Meta, emitido de lunes a viernes en el horario de 8:00 P.M a 9:0 0 P.M por una emisora en frecuencia modulada a nivel local y/ o del Departamento del Meta
**NOMBRE DE LA MODALIDAD:** Mínima Cuantía
**VALOR DE LA CONTRATACIÓN:** 12.000.000
**REFERENCIA DEL PROCESO**: CONTRATO No. 1656 DEL AÑO 2019

## 3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para realizar la presente contratación se procedió a realizar el histórico de contratos realizado en vigencias anteriores, de igual forma fue consultado el mercado local y de acuerdo a las propuestas presentadas por tres emisoras de radio que actualmente se encuentran al aire, se estandarizó el precio divulgación con información institucional.

### 3.1 QUIÉN VENDE?

La presente contratación puede ser comercializado por:

a. Persona Natural: Las personas Naturales que su actividad comercial corresponde a la realización de actividades iguales o similares a la del objeto contractual.

b. Persona jurídica: La persona jurídica deberá tener dentro de su objeto social la realización de actividades iguales o similares a la del objeto contractual. Capacidad legal y operativa para realizar las actividades a que se refieren las especificaciones del contrato a celebrar.

c. El BIEN Y/O SERVICIO corresponde a aquellos cuya comercialización es regulada? N.A

d. Los proveedores deben contar algún tipo de licencia o autorización para comercializar tal BIEN Y/O SERVICIO? N.A

Tarhen Alvarez

**TARHEN FERNANDA ALVAREZ PEÑA**
Secretaria de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones -TIC