Villavicencio, 30 de marzo de 2022

| | |
|---|---|
| **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:** | DOCE MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE ($12.000.000) |
| **PLAZO:** | CUATRO (4) MESES |
| **CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO Y EL SECTOR AL CUAL PERTENECEN** | 82101601 PUBLICIDAD RADIAL |
| **CLASE DE CONTRATO A CELEBRAR** | PRESTACIÓN DE SERVICIOS |

De conformidad con lo dispuesto en el art. 2.2.1.1.1.6.1. del decreto 1082 de 2015 y en la guía para la elaboración de los estudios del sector (Versión G-EES-01) expedida por la AGENCIA NACIONAL COLOMBIA COMPRA EFICIENTE en los Procesos de Contratación de Mínima cuantía el alcance del estudio del 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.

El análisis del sector cubre tres áreas:

a. Análisis del mercado
b. Análisis de la demanda
c. Análisis de la oferta

## 1. ANÁLISIS DEL MERCADO

### ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

Atendiendo a la naturaleza del objeto a contratar, se establece como objetivo evaluar las posibilidades que ofrece el mercado colombiano en cuanto al sector de servicios de modo que se identifique una o varias personas naturales o jurídicas legalmente constituidas, con amplia experiencia en el objeto contractual, atendiendo a los principios de cumplimiento, calidad, oportunidad y eficiencia que tenga capacidad para satisfacer las necesidades del municipio.

#### Sectores de la economía

La economía se divide en diferentes actividades productivas. Estas se clasifican en el sector primario, secundario y terciario y todas son necesarias para cubrir el consumo de las personas. El sector servicios se encuentra incluido dentro del sector terciario.

**Sector Terciario: (servicios):** El sector servicios es muy importante para la economía, las razones que se pueden mencionar son las siguientes:

- Generalmente en el sector servicios es donde se generan los **acuerdos comerciales** más importantes, tanto a nivel nacional como internacional.
- El sector servicios es un sector donde se desarrollan oportunidades laborales muy importantes para cualquier país.
- También en el sector servicios se dan grandes inversiones a nivel internacional.
- Genera **competitividad** y desarrollo. De hecho, mientras más desarrollada es una economía, hay más calidad y cantidad de actividades del sector servicios.
- Para que un producto final llegue a los consumidores, la empresa deberá apoyarse en el sector terciario. En primer lugar, la compañía deberá ser gestionada por administradores, y contar además con asesores en materia contable, jurídica y de recursos humanos. Asimismo, necesitará contar con financiación, por parte de bancos y otros agentes del sector financiero. Finalmente, la empresa deberá asegurarse de que el producto será vendido y entregado a los clientes, lo que implica servicios de transporte, comerciales y de publicidad.
- Para desarrollar su actividad con normalidad, la empresa necesitará hacerlo en una comunidad donde exista un marco jurídico establecido, seguridad interior y una administración que gestione los recursos públicos. Todas estas actividades están englobadas en el sector terciario.

## ACTIVIDADES QUE CORRESPONDE AL SECTOR SERVICIOS

Dentro de algunas de las actividades que se pueden incluir en el sector de servicios encontramos:

- Servicios de transporte y comunicación.
- Servicios de telecomunicación e Internet.
- Medios de comunicación.
- Actividades financieras (excluyendo la consultoría, que estaría dentro del **sector cuaternario**).
- Turismo y hotelería.
- Actividad comercial y de distribución.
- Servicios de salud y estéticos.
- Servicios de la administración pública.
- Servicios públicos (seguridad y defensa, bomberos, entre otros).
- Servicios educativos.
- Servicios de ocio, deportes y espectáculos.
- Servicios culturales (ejemplo: el teatro).
- Servicios informáticos y tecnológicos.
- Servicios jurídicos y legales

## 1.1 PERSPECTIVA ECONÓMICA

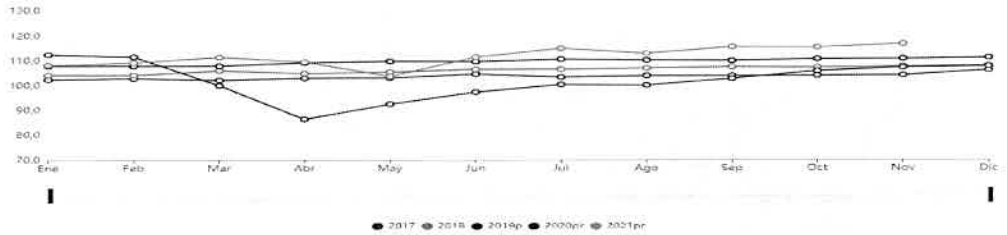
El sector económico al cual pertenece la necesidad la divulgación y promoción radial en frecuencia modulada (FM) corresponde a una actividad económica del sector terciario también denominado sector de servicios que en su amplio espectro abarca los servicios empresariales, las actividades inmobiliarias, los establecimientos financieros y los seguros, entre otras.

El sector de servicios desarrolla actividades como el comercio, transporte, comunicaciones, servicios sociales y está constituido, entre otros, por el subsector de las telecomunicaciones, del que hacen parte las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación.

Fuente: DANE
Fecha de publicación: 18 de enero de 2022
Período de referencia: noviembre de 2021

La economía colombiana retomó la senda de crecimiento intermensual de la economía al aumentar el ISE en 1% entre octubre y noviembre de 2021.

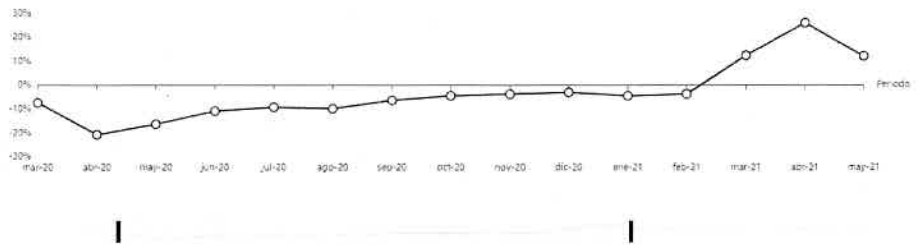
Índice del Indicador Seguimiento a la Economía (ISE), enero 2017 - noviembre 2021




**Fuente:** DANE, Indicador de Seguimiento a la Economía

El Indicador de Seguimiento de la Economía en noviembre de 2021 se ubicó por encima de los niveles de cuatro (4) años anteriores para el mismo mes. Esto sigue reflejando el impulso de la economía de Colombia después de las medidas de reactivación. Noviembre de 2021, es el primer mes con el mejor rendimiento del ISE desde el 2017.

Indicador Seguimiento a la Economía (ISE) Variaciones anuales en volumen, enero 2020pr - noviembre 2021pr



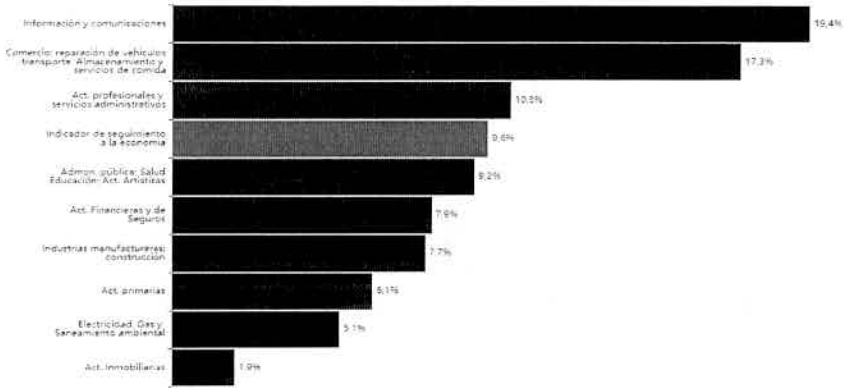

**Fuente:** DANE, Indicador de Seguimiento a la Economía

El sector terciario fue el de mayor crecimiento en noviembre de 2021, aumentó 10,5% respecto al mismo período de 2020 y, por lo tanto, su comportamiento afecta directamente al Indicador de seguimiento de la economía.

El crecimiento de comercio, reparación de vehículos, transporte y almacenamiento y servicios de comida e Información y comunicaciones fueron los más destacables para noviembre de 2021 con variaciones anuales de 17,3% y 19,4% respectivamente.

El Estudio Continuo de Audiencia Radial (**ECAR**) no es un estudio abierto y tiene como objetivo generar información confiable a los afiliados (quiénes pagan el estudio) acerca de la preferencia de los oyentes por las diferentes emisoras en las principales ciudades del país, con sus respectivas áreas metropolitanas.

**CRECIMIENTO ANUAL DEL INDICADOR DE SEGUIMIENTO A LA ECONOMIA (ISE) POR SECTORES ECONOMICOS, NOVIEMBRE 2021**




**Fuente:** DANE. Indicador de Seguimiento a la Economía, cuentas nacionales, principales resultados de noviembre 2021

Los resultados presentados por el DANE indican que las actividades económicas del país siguen por una senda de recuperación de nuestra productividad a niveles, incluso, mejores que antes de la pandemia. Todas la actividades primarias, secundarias y terciarias que mide el ISE reportaron avances en cada una de las actividades industriales, agropecuarias y de servicios, contribuyendo a una buena senda en la economía del país.

Ahora bien, de cara a analizar el sector de manera detallada, cabe traer a colación los resultados del Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR), que es un estudio de reconocimiento en Colombia enfocado en la medición de audiencia de la radio.

Los más recientes resultados del Estudio Continuo de Audiencia Radial, Ecar, revelan por un lado que la radio musical sigue dominando las audiencias. También, que todas las principales emisoras aumentaron sus oyentes.

El Ecar, el más actualizado estudio y de mayor credibilidad sobre las audiencias radiales, tuvo en cuenta en esta medición el periodo comprendido entre noviembre y diciembre de 2021, y enero y febrero de 2022.

La emisora musical Olímpica Stereo se ubicó en el primer lugar, y alcanzó un total de 3.954.000 de radioescuchas; esto representa un aumento de 509.000 con respecto al año anterior.

Siguiendo la misma línea de las emisoras de contenido musical, Tropicana registró un total de 2.164.000 de oyentes, lo cual refleja un crecimiento de 248.000 personas que escuchan diariamente esta emisora.

Sin embargo, en el espectro informativo también hubo crecimientos. Emisoras como W Radio, La FM y Blu Radio registraron un aumento significativo de sus oyentes en el periodo de los últimos cuatro meses.

Entre las informativas, La FM es la de mayor crecimiento proporcional: un 18,7%, equivalente a sumar 172.000 oyentes en el último periodo, para alcanzar un total de 918.000 oyentes.

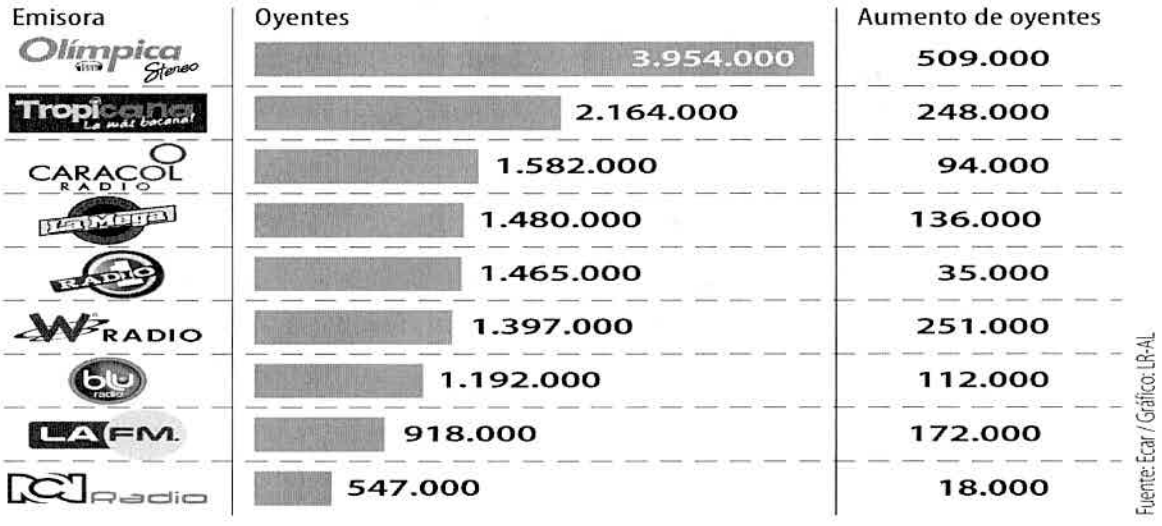
En el reporte, La W suma el mayor número de oyentes nuevos con 251.000, para alcanzar así 1.397.000 radioescuchas. Así mismo, Blu Radio sumó 112.000 nuevos radioyentes, y llega a 1.192.000 en total.

Respecto a los resultados del Ecar en 2021, en el mismo periodo de tiempo no se presentaron grandes cambios, ya que las emisoras principales de noticias mantuvieron las mismas posiciones en el análisis de ese año. Todas registraron aumentos.

Entre las informativas, Caracol Radio mantiene el primer lugar. En el previo estudio tenía 1.534.000 oyentes; para este año mantuvo la posición y llegó a 1.582.000 oyentes, 94.000 más. Le sigue W Radio, que en 2021 marcó 1.091.000 y actualmente registra 1.387.000. En la tercera posición también se mantiene Blu Radio, la cual tuvo un total de 1.012.000 en 2021 y aumentó para este año a 1.192.000. La FM marcó un aumento importante teniendo en cuenta que para 2021 registraba 789.000 oyentes, y para el estudio más reciente ascendió a 918.000. Por último, RCN Radio marcó el año pasado 529.000 oyentes, y en esta edición del estudio son 547.000.

Es el llamado hipersector de la información. Dentro de este hipersector, el **sector** de las **telecomunicaciones** tiene sus propias pautas de comportamiento y unas características diferenciadoras con el resto de las actividades económicas y sociales.

**RESULTADOS DE ECAR (ESTUDIO CONTINUO DE AUDIENCIA RADIAL) NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DE 2021 Y ENERO Y FEBRERO 2022**



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, por tal motivo se hace necesario contar con el servicio de divulgación en un espacio publicitario, en un medio radial en Frecuencia modulada (FM) de mayor sintonía que la emisora institucional Villavo F.M 97.3 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.

Teniendo en cuenta lo anterior, es oportuno y conveniente adelantar el proceso de contratación dirigido al servicio anteriormente descrito, de tal forma que se garantice la atención de las necesidades requeridas para dar cumplimiento al derecho de acceso a la información pública y transparencia, a través del medio de comunicación radial institucional.

Para determinar el valor del contrato se tiene en cuenta las siguientes especificaciones técnicas, de tal manera, que son la base o punto de referencia para establecer el valor total a contratar, el cual se cuantifica de conformidad con los productos y actividades solicitados en el contrato por la Secretaría de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC.

**DIAGNOSTICO ECONOMICO DE VILLAVICENCIO**

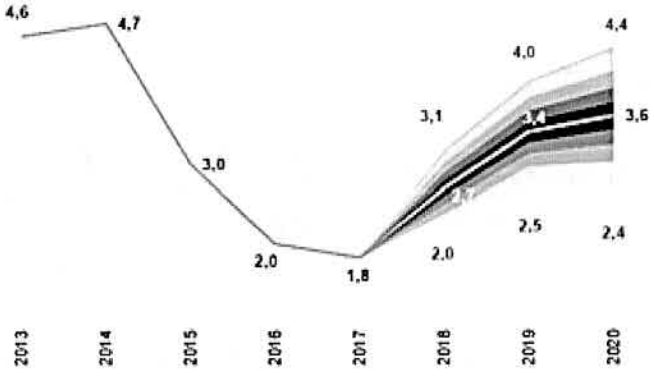
En el contexto internacional, nacional y regional, la mipymes juegan un papel importante, ya que estas se han convertido en el dinamizador de la economía de los países, por cuanto contribuyen principalmente a la generación de empleo y aportan al Producto Interno Bruto.

Partiendo de un análisis realizado a la Gran Encuesta Integrada de Hogares en los meses de febrero y junio del año 2020, en la cual se encontró que el 62.6% del total de los ocupados pertenecen a empresas con tamaño menor a 10 empleados, se realizó un análisis a la encuesta de micro establecimientos del DANE durante el periodo 2012-2016, en la que se encuentra una dificultad de los micro establecimientos en mejorar sus indicadores de crecimiento empresarial; y se analizó el censo nacional agropecuario 2014, identificando como principal dificultad de las unidades productivas agropecuarias -UPAs el acceso al crédito (sólo un 2.36% de las UPAs tiene acceso a crédito), y teniendo en cuenta que el Municipio de Villavicencio cuenta con un total de 14.388 UPAs de las cuales 3.348 son productivas y 11.040 son improductivas, reflejándose en la permanencia de sistema productivo agropecuario marginal y de autoconsumo, con una baja generación de valor agregado en las actividades primarias, industriales y agroindustriales en el municipio de Villavicencio. Según el Índice de Competitividad de Ciudades 2020, Villavicencio se encuentra a medio camino en el país entre las ciudades con los mejores y peores puntajes de evaluación de 4 pilares y 14 variables que determinan la calidad de su competitividad. De manera especial se evidencia una debilidad marcada en el pilar de Ecosistema Innovador, variables Sofisticación y Diversificación, y en la variable Innovación y Dinámica Empresarial. Con este diagnóstico de partida, es posible identificar una necesidad apremiante a la que debe atender el presente fondo público de manera decidida: apoyar el desarrollo de empresas innovadoras y/o industriales que consoliden un ecosistema de emprendimiento, innovación y competitividad. Para lograrlo es clave desglosar otras variables e historia de la economía municipal, las cuales se presentan a continuación.

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda 2018, la ciudad cuenta con un estimado ajustado a 2019 de 531.275 habitantes, ubicando a Villavicencio como la octava más poblada de Colombia. El registro se compone en un 51,2% de mujeres y 48,8% hombres; distribuido por edad entre los 0 a 14 años el 22.6%, 15 a 59 años el 64.1% y mayores de 59 años el 13.3%.

Según proyecciones del 2018 de la secretaría de Hacienda Municipal de Villavicencio, el PIB municipal 2019 fue del 3.4%, con rango de probabilidad de variación de 1,5%. Se evidencia el desplome precedente de casi 3 puntos del PIB desde 2014 a causa de la crisis petrolera que inició ese mismo año y que forjó una estructura de empleo concentrado casi en un 80% en el sector terciario de servicios y comercio con informalidad del 58% que es 10.4 puntos superior al 47.2% de promedio de las 23 ciudades principales.

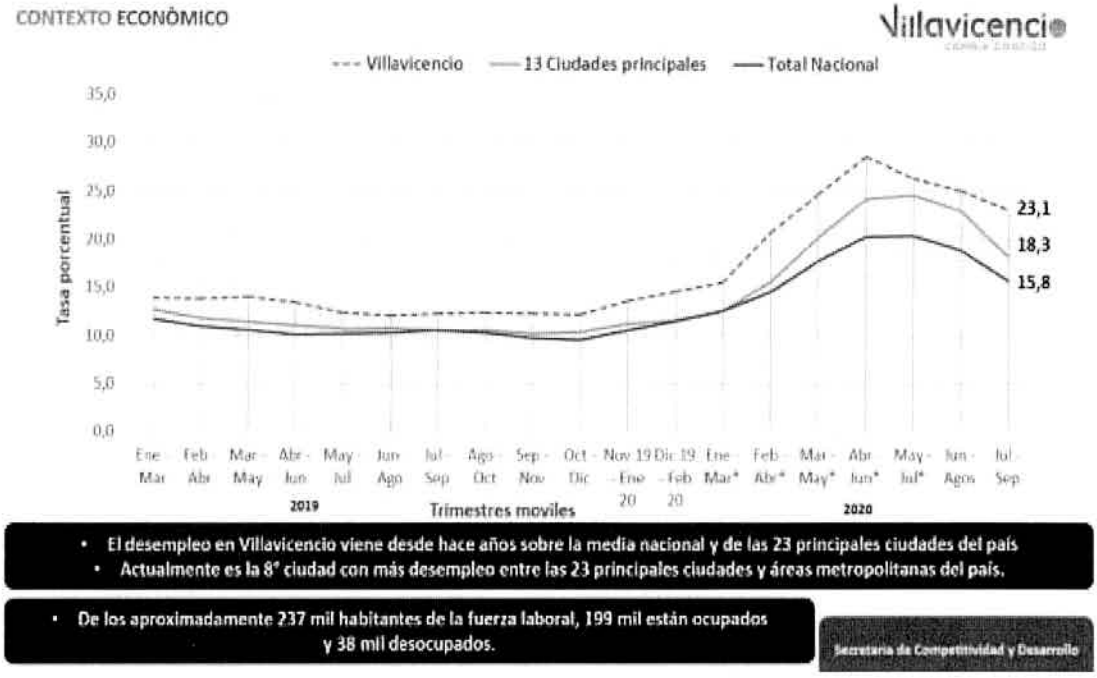
**Gráfico 1.** Estimación del crecimiento del PIB (%) Distribución de probabilidad de los pronósticos




Fuente: Marco Fiscal de Mediano Plazo 2018, cálculos MHCP con base en información DANE.

Dicha estimación del PIB no incluyó las graves afectaciones por el cierre de la vía a Bogotá, que se extendió por un aproximado de 5 meses y con certeza aumentó el rango de distribución a la baja y afectó la tendencia de recuperación de crecimiento tras la crisis en la industria petrolera. Pese a que no se conocen estudios completos del costo de la afectación del cierre, un referente sobre el costo para la región lo presentó FENALCO Meta al calcular las pérdidas diarias por falta de comercialización para el departamento en 43 mil millones sobre una producción de 83 mil millones.

Ese encadenamiento de crisis petrolera y de inmovilidad terrestre llevó a un estancamiento en reportes de desempleo de dos dígitos durante los últimos 4 años. Es así como al iniciar el año 2020, sin iniciar la pandemia por el coronavirus, la tendencia al alza en la Tasa de Desempleo-TD del trimestre móvil Dic-Feb fue del 14,6%, aproximadamente 1% sobre el mismo periodo del año anterior. Al iniciar la implementación de contingencia por pandemia la diferencia en la TD respecto al periodo Feb-Abril 2019 aumenta 6,9% hasta el 20,8%. Se puede afirmar en consecuencia que el año 2020 para Villavicencio inició con una tendencia muy seria de desempleo que se agravó aún más con la pandemia.




Es fundamental para el análisis económico de la ciudad entender que el panorama empresarial de Villavicencio está esencialmente constituido por mipymes, y en especialmente por micronegocios. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE mediante la Encuesta de Micronegocios 2019 (EMICRON 2019) presentó una radiografía de 62.383 negocios con menos de 9 empleados en la ciudad de Villavicencio y que representan al 96% del universo de microempresas formales e informales de ese tipo en el municipio.

***(Información extraída del proyecto de acuerdo "Por medio del cual se crea el "Fondo Público Económico de Desarrollo Local Villavicencio con Toda y se dictan otras disposiciones") fecha 03 de noviembre de 2020.)***

Teniendo en cuenta lo anterior, es oportuno y conveniente adelantar el proceso de contratación dirigido al servicio anteriormente descrito, de tal forma que se garantice la atención de las necesidades requeridas para dar cumplimiento al derecho de acceso a la información pública y transparencia, siendo viable el uso de medios de comunicación como las emisoras en sus diferentes radiofrecuencias.

Para determinar el valor del contrato se tiene en cuenta las siguientes especificaciones técnicas, de tal manera, que son la base o punto de referencia en el estudio de mercado para establecer el valor total a contratar teniendo en cuenta el valor promedio de cotizaciones, el cual se cuantifica de conformidad con los productos y actividades solicitados en el contrato por la Secretaría de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC.

**Especificaciones Técnicas**

| Item | Especificaciones | Cantidad por mes | Total, de publicaciones (4 meses) |
|---|---|---|---|
| 1 | Divulgación comercial de treinta (30) segundos, relacionado con información institucional de lunes a viernes de 6:00 a.m. a 7:00 a.m. | 75 | 300 |

Los impuestos y retenciones que surjan del presente contrato, serán asumidas por el contratista; el Municipio de Villavicencio hará las retenciones del caso y cumplirá con las obligaciones fiscales que ordene la ley.

| | |
|---|---|
| ESTAMPILLAS PROCULTURA | 2% |
| ESTAMPILLAS ADULTO MAYOR | 2% |
| ESTAMPILLAS PROTURISMO | 2% |
| ESTAMPILLAS UNILLANOS | 1% Cuando excede la mínima cuantía |
| RTE ICA | 4*1000 |
| RTE FUENTE POR SERVICIOS | Declarante 4% y No declarante el 6% |
| RTE FUENTE POR COMPRAS | Declarante 2.5% y No declarante 3.5% |
| RETENCIÓN DE IVA | 15% |
| IVA | 19% o el que aplique conforme al Estatuto Tributario |

**Seguridad Social:** sobre el 40% (o el porcentaje que corresponda) de 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.

## 1.2 PERSPECTIVA LEGAL

**MARCO NORMATIVO CONSTITUCIONAL**

CONSTITUCIÓN POLITICA DE 1991

**MARCO NORMATIVO LEGAL**

Nos basamos en las normas de la Contratación Estatal:

Ley 80 de 1993
Ley 1150 de 2007
Ley 1474 de 2011
Decreto 1082 de 2015
Manual de contratación
Manual de interventoría y supervisión
Decreto 1860 de 2021

## 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:

| CRITERIO ANALIZADO PARA LA VIGENCIA ANTERIOR | CONCLUSIÓN |
|---|---|
| Modalidad de selección del contratista. | MÍNIMA CUANTÍA |
| Número y fecha del contrato | ACEPTACION DE OFERTA N° 1612 SMC-1010 del 01 de septiembre de 2021 |
| Objeto del contrato. | "DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN RADIAL EN FRECUENCIA MODULADA Y ESTRATEGIAS PARA LA GESTIÓN DE SERGURIDAD VIAL, ASI COMO DEMAS TEMAS DE INTERES DE LA SECRETARIA DE MOVILIDAD DE VILLAVICENCIO" |
| Las autorizaciones, permisos y licencias requeridas para su ejecución, y cuando el contrato<br><br>incluye diseño y construcción, los documentos técnicos para el desarrollo del proyecto | No se requieren |
| Valor de los contratos y forma de pago. | DOCE MILLONES DE PESOS M/CTE **($12.000.000)**<br><br>Este valor incluye impuestos y comprende todos los costos directos e indirectos, tasas, contribuciones y demás gravámenes que se emanen de la prestación de los servicios del objeto del contrato |
| Plazo de ejecución: | TRES (3) MESES Y 10 DIAS |
| Presupuesto con cargo al cual han sido ejecutados los contratos | INVERSIÓN |
| Comportamiento de los contratistas, imposición de sanciones. | Ninguna |
| Condiciones de pago establecidas en los contratos anteriores. | Un pago una vez sea recibido a satisfacción del objeto del contrato, previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social. Se requiere acta de recibo final y liquidación del contrato |
| Garantías exigidas en los Proceso de Contratación y ocurrencia de siniestros. | CUMPLIMIENTO: su cuantía será equivalente al **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 1321<br>SMC-080-2021 |
| Objeto del contrato. | "PRESTACION DE SERVICIOS PARA LA DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN RADIAL EN FRECUENCIA MODULADA (AM) DE LOS PROGRAMAS, PROYECTOS Y DEMAS TEMAS PÚBLICO DE LA ALCALDIA 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. | No se requieren |
| Valor de los contratos y forma de pago. | CINCO MILLONES CUARENTA MIL PESOS M/CTE **($5.040.000)** cancelados en un pago una vez sean recibidos a satisfacción del objeto del contrato, previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social. Se requiere acta de recibo final y liquidación del contrato |
| Plazo de ejecución: | DOS (02) MESES |
| Presupuesto con cargo al cual han sido ejecutados los contratos | INVERSIÓN |
| Comportamiento de los contratistas, imposición de sanciones. | Ninguna |
| Condiciones de pago establecidas en los contratos anteriores. | Un pago una vez sea recibido a satisfacción del objeto del contrato, previo informe de actividades del contratista y la entrega de soportes de pago de seguridad social. Se requiere acta de recibo final y liquidación del contrato |
| Garantías exigidas en los Proceso de Contratación y ocurrencia de siniestros. | CUMPLIMIENTO: su cuantía será equivalente al **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 como 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**: IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA MANTENER INFORMADA A LA COMUNIDAD DE LAS ACCIONES QUE ADELANTA LA ADMINISTRACION DEPARTAMENTAL DEL META, POR MEDIOS RADIALES QUE PROMUEVAN LA EDUCACION AMBIENTAL MEDIANTE GESTIONES SOCIALES PARA LA PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE.
**MODALIDAD DE LA CONTRATACIÓN**: Mínima Cuantía.
**VALOR DE LA CONTRATACIÓN**: $ 11.250.000
PLAZO DE EJECUCION: CUATRO (4) MESES
**CONTRATO: 1529 DEL 12 DE AGOSTO DE 2021**

**NOMBRE DE LA ENTIDAD:** GOBERNACION DEL META
**OBJETO DE LA CONTRATACIÓN**: IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA MANTENER INFORMADA A LA COMUNIDAD DE LAS ACCIONES QUE ADELANTA LA ADMINISTRACION DEPARTAMENTAL DEL META POR MEDIOS RADIALES QUE SOCIALICEN EL AVANCE DE OBRAS DE INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA EN EL DEPARTAMENTO
**MODALIDAD DE LA CONTRATACIÓN**: Mínima Cuantía.
**VALOR DE LA CONTRATACIÓN**: $ 11.250.000
PLAZO DE EJECUCION: CUATRO (4) MESES
**CONTRATO: 1539 DEL 10 DE AGOSTO DE 2021**

## 3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta, la Secretaría responsable del presente proceso debe dar respuesta a las preguntas:

### 3.1 ¿QUIÉN VENDE?

En este punto la entidad analizará entre otras razones quien puede comercializar el bien y/o servicio.

Precisado lo anterior la entidad procede a dejar constancia que el objeto de 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.

De conformidad con las disposiciones establecidas en el Decreto 1860 de 2021 se procedió a la validación de la actividad económica de emprendimientos cuya actividad económica fuera M7310 PUBLICIDAD, así:

Ahora bien, dando alcance a lo previsto en el artículo 33 de la Ley 2069 de 2020 y el decreto 1860 de 2021, luego de consultada la base de datos de Mipymes de la Cámara de Comercio se estableció una muestra de la las micros, pequeñas y medianas empresas que tienen dentro de su objeto social actividades relacionadas con el objeto que se pretende contratar, información que se relaciona en la siguiente tabla:

| ITEM | RAZÓN SOCIAL | CÓDIGO CIIU | TAMAÑO DE LA EMPRESA |
|---|---|---|---|
| 1 | MORALES GAITAN BRYAN MAURICIO | M7310 PUBLICIDAD | MICROEMPRESA |
| 2 | TORRES CASTRILLON MELBA PATRICIA | M7310 PUBLICIDAD | MICROEMPRESA |
| 3 | HERNANDEZ BERMUDEZ LIGIA | M7310 PUBLICIDAD | MICROEMPRESA |
| 4 | CHAPARRO MESA HECTOR JULIO | M7310 PUBLICIDAD | MICROEMPRESA |
| 5 | AROCA CAMPO EDGAR ALFONSO | M7310 PUBLICIDAD | MICROEMPRESA |
| 6 | TURMEQUE MATTA LUIS CARLOS | M7310 PUBLICIDAD | MICROEMPRESA |
| 7 | SANTOS ZUÑIGA JULIO EDUARDO | M7310 PUBLICIDAD | MICROEMPRESA |
| 8 | ESLAVA DE MANTILLA CLARA STELLA | M7310 PUBLICIDAD | MICROEMPRESA |
| 9 | ROZO PARDO JOSE MANUEL | M7310 PUBLICIDAD | MICROEMPRESA |
| 10 | RODRIGUEZ RODRIGUEZ MARY ELLEN | M7310 PUBLICIDAD | MICROEMPRESA |

**TARHEN FERNANDA ALVAREZ PEÑA**
**SECRETARIA DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIONES - TIC**

Proyectó: Diana Lucia Rodríguez /CPS