Concejo de Guarne

## ANÁLISIS DEL SECTOR

**OBJETO:** PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA CREAR ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS Y DIVULGACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL BUEN DESEMPEÑO DEL CONCEJO MUNICIPAL.

De conformidad con el artículo 2.2.1.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015 y con la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector elaborada por Colombia Compra Eficiente, el Concejo Municipal de Guarne, por medio de la dependencia de la cual surge la necesidad, pone a disposición el análisis del sector económico con el cual determinó las reglas de participación en los estudios previos y la invitación.

### ASPECTO LEGAL

Teniendo en cuenta las disposiciones reguladas en el artículo 274 de la Ley 1450 de 2011, la cual adiciono el numeral 5 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, estableciendo la modalidad de selección de **MÍNIMA CUANTIA**, seguidamente la Ley Anticorrupción, Ley 1474 de 2011, articulo 94; modalidad de selección que fue reglamentada por los artículos 2.2.1.2.1.5.1 y 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015, se entreve que esta modalidad de contratación opera cuando el monto de la contratación no supera el 10% de la menor cuantía de la entidad. Acto seguido se ordena: **ESTE PROCEDIMIENTO SE ESTABLECE INDEPENDIENTEMENTE DEL OBJETO A CONTRATAR.**

Por consiguiente, cuando la modalidad de selección es de mínima cuantía no es de carácter obligatorio adquirir Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes de Común Utilización a través de los **ACUERDOS MARCO** de Precios previamente justificados, diseñados, organizados y celebrados por la Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente-.

Ahora bien, acogiéndonos a las consideraciones efectuadas por el Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Tercera, Subsección A, Radicación numero 11001 03 26 000 2016 00017 00, expediente 56307, de fecha 29 de marzo de 2017, la sala concluyo: "…Siempre que exista un Acuerdo Marco de Precios para adquirir bienes o servicios de características técnicas uniformes y el presupuesto del proceso de contratación sea equivalente a la mínima cuantía de la entidad, debe acudirse al procedimiento de selección de mínima cuantía independientemente del objeto a contratar…"

En virtud de lo previsto en el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011, en el artículo 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015 y en cumplimiento de los principios que rigen la contratación estatal y la función administrativa, la selección del contratista se efectuará a través del proceso de **SELECCIÓN DE MINIMA CUANTÍA.**

**ASPECTO ECONÓMICO**

En economía, el sector terciario es aquel que se encarga de las actividades de comercio, servicios y transporte. A diferencia de los sectores primario y secundario, el sector terciario no se encarga de producir sino de ofrecer y distribuir productos; incluye todas aquellas actividades que se relacionan con la provisión de bienes y servicios a un consumidor, entre estas destacan.

Publicidad • Actividades profesionales científicas y técnicas • Restaurantes, catering y bares • Actividades de programación y trasmisión, agencias de noticias • Inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento Correo y servicios de mensajería • Telecomunicaciones • Almacenamiento y actividades complementarias al transporte • Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios • Salud humana privada • Producción de películas cinematográficas y programas de televisión • Educación superior privada • Desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos • Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades • Otros servicios de entretenimiento y otros servicios.

Colombia presenta una gran cantidad de mercados regionales, centros comerciales y otros establecimientos destinados a la compra y venta de productos. El Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia establece que de los establecimientos económicos que existen en el país, el 48 % está dedicado al comercio mientras que el 40 % está destinado al ofrecimiento de servicios.

El desarrollo y construcción de la imagen de la corporación, pertenece al sector terciario o de servicios, debido a la producción de bienes intangibles, es necesario para el funcionamiento de la economía colombiana pues contribuye a la formación del ingreso y el producto nacional, representando un porcentaje mayor al 50% en el PIB (Producto Interno Bruto) del país.

El sector económico al cual pertenece el objeto contractual, en el presente caso corresponde a la industria TIC en el que se produce bienes materiales, para satisfacer necesidades que demande la entidad para el cumplimiento de las funciones que le son propias, de acuerdo con la misión institucional las cuales requieren de apoyo de la tecnología.

Del análisis de los datos estadísticos de los principales países industrializados se desprende que la inversión en publicidad tiene un efecto positivo sobre el crecimiento económico por medio de cuatro mecanismos: la publicidad estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, a su vez, el dinamismo inherente en el sector de la publicidad impulsa el índice del crecimiento promedio del PIB.

La industria publicitaria en Colombia viene generando una revolución como industria creativa, incluso a nivel latinoamericano.
Los sectores de servicios presentarán un crecimiento gradual a medida que se recupera la demanda interna, pero en algunos sectores como la comunicación e información, existen retos no despreciables en materia de condicionamiento de la infraestructura existente. Por su parte, la senda de crecimiento de las actividades financieras dependerá del desempeño de la construcción y el consumo total en la economía, al igual que el desempeño de los mercados financieros a nivel internacional

Un **plan de medios** determina dónde, cómo y cuándo vas a promocionar actividades servicios en los medios de comunicación de masas. Dentro de este proceso se requiere contar con un plan de medios y con una estrategia de comunicación activa que vaya construyendo la imagen de confianza y generando transparencia en sus procesos y proyectos, de esta manera te asegurarás de que tus mensajes llegan al público correcto en el momento y lugar adecuado.

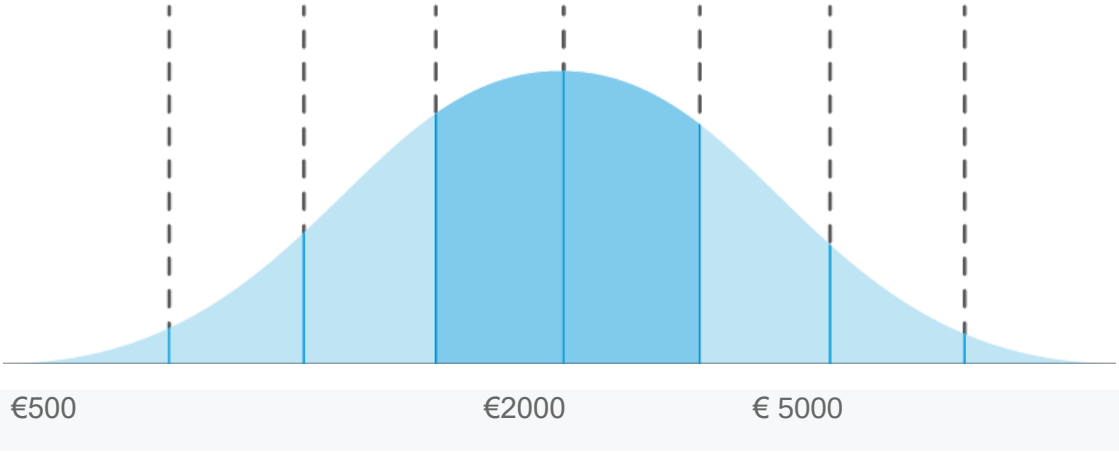
Por tal motivo, el valor comercial de estas actividades en Colombia (https://www.emprendepyme.net) se aproxima entre los $100.000.00 millones y los $1.500.000 millones de pesos dado que es de gran importancia para las organizaciones debido a que de este se desprende el proceso con los públicos, la gestión transparente de la organización, la fidelización y el fortalecimiento de imagen.

Es así que, mediante el uso de los medios de información en sus diferentes categorías impresos, audiovisuales, radiales, se logra una mayor publicidad de la gestión del concejo municipal y una comunicación asertiva e interacción con la comunidad.

En el mercado colombiano existen gran cantidad de empresas del régimen común y simplificado, cuyo objeto social se relaciona directamente con el objeto contractual que se está adelantando mediante el presente proceso; del análisis realizado se evidencia que en el Sector existen varios oferentes que brindan los bienes relacionados y con los que se puede adelantar un mayor poder de negociación, se generaliza que estos actúan como competidores presentes en el mercado, con lo que se lograra obtener precios más bajos y condiciones más favorables para la Entidad Estatal

**ASPECTO INTERNACIONAL**

En el ámbito internacional, para realizar la valoración del presupuesto del Plan de Medios y la Estrategia Digital se evalúan diferentes aspectos como lo son: valoración del tiempo, equipo interdisciplinario, los objetivos de cada cliente. Un plan de marketing ayuda a conocer mejor el entorno en el que una empresa desarrolla su actividad y cuál es su público objetivo. Así, se pueden conocer sus necesidades y satisfacerlas. Teniendo un conocimiento más exhaustivo del entorno en el que se mueve la empresa, se minimiza el riesgo, el nivel de frustración y el agotamiento de recurso. Dado lo anterior los precios para estas actividades van desde los 500 a los 5000 euros.



**ASPECTO TÉCNICO:**

Las principales características de la industria de los servicios de comunicación audiovisual (SCA), discutiendo los distintos eslabones que configuran la cadena de valor asociada a dicha industria y, conforme a ello, sobre la interrelación que existe entre los distintos actores que participan en el sector. De igual manera, se examinan las transformaciones que se están generando en los modelos de negocio tradicionales de los SCA y los de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), como efecto de la masificación del Internet como vehículo masivo de acceso a la información y el conocimiento.

**Masificación de Internet**

A nivel global, hoy en día, el sector de telecomunicaciones se ha transformado en un sector de naturaleza soporte y transversal para el desarrollo y la prestación de servicios en los demás sectores de la economía —como salud, educación, transporte y justicia—. A su vez, es un generador de elementos de inclusión digital y de cierre de la brecha social, bajo el concepto amplio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

En este contexto, la masificación del acceso a Internet y el desarrollo de los ecosistemas digitales nacionales se convierten en factores trascendentales para el diseño de las políticas públicas y de las medidas de regulación que fomenten el acceso, la apropiación y el uso de las TIC por parte de los habitantes. Lo anterior, en especial teniendo en cuenta que existe una correlación directa entre la penetración de Internet, la apropiación de las TIC, la generación de empleo y la reducción de la pobreza.

Internet ha sido uno de los sectores económicos que se ha mantenido fuerte y en constante crecimiento. Estudios de McKinsey2 y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) dan cuenta de que Internet contribuye al crecimiento económico de los países desarrollados por encima del 10 % del PIB. Según el Boston Consulting Group4 la contribución de Internet a la economía es tan grande que, si se equiparara con las economías nacionales, se encontraría dentro de las 5 economías más grandes del mundo, solo por detrás de la de Estados Unidos, China, Japón e India, y por delante de la de Alemania. El Internet y la tecnología también tiene un efecto directo sobre el empleo. Según un estudio de Moretti5 por cada nuevo trabajo creado en e sector tecnológico, 5 empleos se generan fuera de ese sector.

A su vez, según el Reporte Global de Información Tecnológica publicado por el Foro Económico Mundial en 20156 , existe una correlación directa entre la competitividad internacional de un país y el Índice de Preparación para Insertarse en las TIC o Network Readiness Index (NRI), el cual mide lo preparado que está un país para aprovechar las oportunidades ofrecidas por las TIC.

El Reporte Global también resalta el poder transformacional de las TIC en la sociedad y, de manera específica, su contribución a la prosperidad y al cierre de la brecha social de los países, de manera particular de aquellos en vía de desarrollo. Además, el Banco Mundial ha resaltado la correlación existente entre el aumento de la penetración de Internet y el aumento del producto interno bruto (PIB) al indicar que un aumento del orden del 10 % en la penetración de Internet conlleva un aumento en el PIB de manera importante en países de bajo y medianos ingresos.

De acuerdo con el informe publicado por la Comisión de la Banda Ancha para el Desarrollo Digital en su edición de 20137, se pueden esperar beneficios positivos de la inversión en infraestructura de banda ancha, indicando además que conforme a un análisis de la Comisión Europea se estima que la banda ancha puede generar más de 2 millones de empleos en Europa antes de 2015, y un aumento del PIB de 636.000 millones de euros como mínimo.

Por su parte, de acuerdo con el informe sobre la economía de la información8 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), en países en desarrollo como Filipinas e India, por cada empleo generado en la industria TIC se generan entre 2 y 3,5 empleos adicionales en la economía. En contraste con los empleos en sectores tradicionales como la agricultura y la manufactura, los empleos TIC generados están alineados con las nuevas economías de servicios, por lo que estos son competitivos internacionalmente y normalmente mejor remunerados. Por ello, cada nuevo empleo en la industria TIC genera, además, empleos en otros sectores de la economía. Gran parte de este impacto se debe a que las herramientas que proveen las plataformas en línea facilitan tanto la creación como el crecimiento de pequeñas y medianas empresas, dado que, según la OCDE9 , se reducen las barreras para empezar y operar negocios, fomentando la innovación y el emprendimiento. A su vez, las herramientas online reducen los costos y aumentan la productividad de las pequeñas y medianas empresas, incentivando también el comercio electrónico.

En los países en desarrollo el impacto de Internet al desarrollo económico también ha sido significativo, si bien menor comparado con el de los países desarrollados. Según estudios de McKinsey10, en Argentina ha contribuido con el 2,2 % del PIB mientras que en México ha contribuido con el 1 %, mientras que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) 11 la estima en un 3,9 % en Argentina, 3,6 % en Brasil, 2,8 % en México y 2,6 % en Chile. El informe del Foro Económico Mundial12, por su parte, ubica a los países de la región por arriba de los 30 países con mayor impacto de las TIC en la competitividad y bienestar de sus ciudadanos.

Incluso, el referido informe de la Cepal, Economía digital para el cambio estructural y la igualdad, del año 2013, indica que la economía digital es un facilitador cuyo desarrollo y despliegue se produce en un ecosistema caracterizado por la creciente y acelerada convergencia entre diversas tecnologías, y consta de 3 componentes principales que, según su grado desarrollo y de complementación, determinan su nivel de madurez en cada país: Infraestructura de redes de banda ancha, la industria de aplicaciones TIC y los usuarios finales.

De manera específica, acorde con dicho informe, se estima necesario renovar las estrategias para maximizar el impacto de la economía digital en el crecimiento, la innovación, el cambio estructural y la inclusión social; además, consolidar un marco de políticas que actúe sobre los factores críticos que condicionan el despliegue de la economía digital; y, por último, avanzar hacia una institucionalidad para la economía digital que integre a las iniciativas de política sobre banda ancha, industrias TIC e inclusión digital.

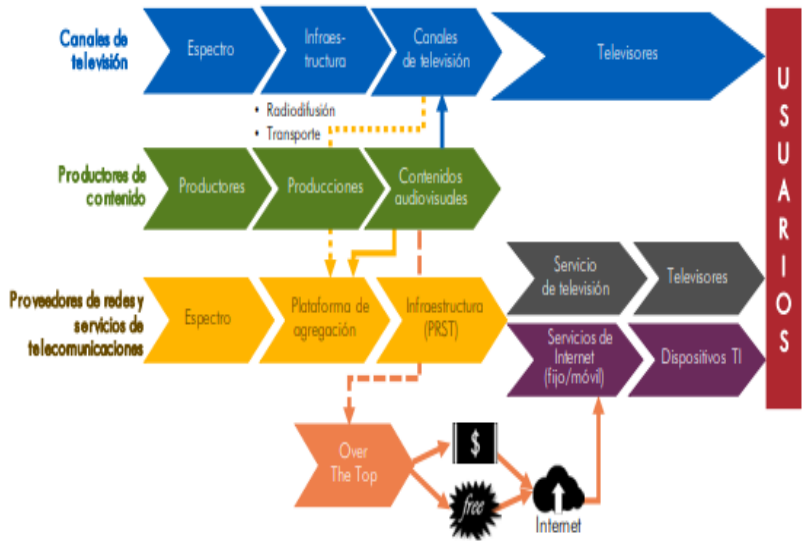
Ello significa, sin embargo, que el potencial que tiene la región para aprovechar el impulso de Internet es enorme, dado que el aumento de los niveles de penetración de banda ancha se correlaciona directamente con el crecimiento del PIB, la creación de empleo y el nivel de ingresos medios en los países de la región. Si bien en América Latina el mercado de Internet se ha expandido aceleradamente en los últimos años, si se quiere aprovechar el enorme potencial de los países se deben afrontar ciertos

desafíos relacionados con la inversión en infraestructura, los bajos costos de conexión y garantizando el acceso a los usuarios.

**Cadena de valor y actores participantes**

Antes de comenzar el análisis de la situación del sector audiovisual en el marco de la convergencia tecnológica, es importante establecer un marco de estudio que refleje la situación actual del sector y en el cual se establezcan los actores que en él intervienen, así como los nuevos y los futuros modelos de negocios de provisión de contenidos por Internet (véase el esquema 2-1). En el esquema 2-1 se muestran los 3 grandes segmentos que intervienen en la provisión de contenidos. Primero, se encuentran los canales de televisión, en los cuales se hace uso de espectro radioeléctrico, el cual permite llevar a cabo un despliegue de infraestructura para la radiodifusión de la señal o el transporte entre las estaciones radiodifusoras y el centro de distribución. Una vez desplegada esta infraestructura, y con la disponibilidad de contenidos, se cuenta con los insumos necesarios para ofrecer un canal de televisión que, finalmente, puede ser consumido por los usuarios haciendo uso de televisores.

Esquema 2–1. Cadena de valor y actores




Fuente: elaboración propia

El segundo segmento es el de la creación de contenidos, en el cual existen unos productores —independientes, asociados a una canal, grupos de aliados para proyectos específicos, etc.— que se encargan de realizar producciones para poner a disposición de los usuarios los contenidos audiovisuales.

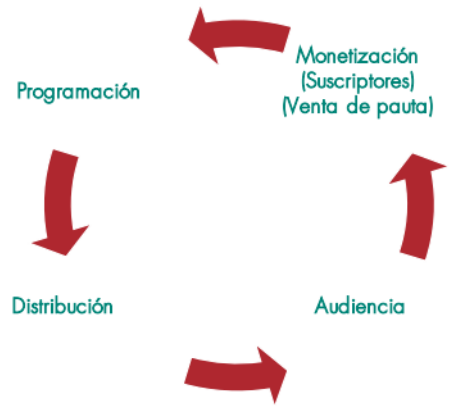
Otro segmento es el de Proveedores y Redes de Servicios de Telecomunicaciones (PRST), para los cuales puede o no requerirse el espectro radioeléctrico, depende del modelo de negocio del operador. En caso de requerir el espectro debe realizarse mediante un proceso de selección objetiva. Con los insumos base, se establece una plataforma de agregación que permite, mediante la inversión en despliegue de una infraestructura, distribuir contenidos a los usuarios. En este caso, la distribución de contenidos puede hacerse mediante el servicio de televisión o de Internet. Más adelante, en las secciones 3.1 y 3.2, se hace una descripción detallada de los tipos de servicios y tecnologías utilizadas para este fin.

En tal sentido, la emisión de un SCA requiere recorrer 4 grandes etapas: 1) Producción de contenidos —productores—, 2) selección de contenidos y programación de parrillas de las distintas cadenas o canales de televisión —channel packaging—, y 3) difusión de la señal de televisión —plataformas de distribución—. Finalmente, el acceso del televidente a los contenidos televisivos depende del esquema de 4) financiación de la TV.

1. Tiene origen en la etapa de producción de contenidos, donde se desarrollan los “programas” que se venden a los canales de televisión. Es de señalar que existen cadenas televisivas que desarrollan sus propios contenidos de TV para emitirlos en sus canales.
2. Las cadenas o canales de TV seleccionan los programas o contenidos a transmitir, teniendo en cuenta su audiencia potencial y el costo de adquisición-producción del contenido audiovisual, incluyendo los programas seleccionados en la parrilla de programación de la cadena, la cual puede operar incluso a través de Internet.
3. Las plataformas de distribución transmiten los contenidos audiovisuales a los espectadores, bien sea a través de señales de TV —abierta o cerrada— o mediante acceso a Internet (abierta o cerrada). La transmisión puede realizarse a través de ondas radioeléctricas: frecuencias de uso terrestre —radiodifundida— o satelital; o, a través de medios guiados como el cable, la fibra óptica o incluso el par de cobre. La transmisión radiodifundida, satelital y cable, soportan sistemas de transmisión con señales analógicas o digitales, mientras que la fibra óptica únicamente se efectúa con tecnología digital.

4. La financiación de todas las actividades desplegadas hasta este punto depende del tipo de acceso —abierto-público o cerrado-privado— que tengan los espectadores a los contenidos.

Esquema 2–2. Ciclo de servicios de comunicación audiovisual



https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/Informe%20convergencia%20dyd%20rev_STEL%2018-01-2017CEVC.pdf

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

De acuerdo con la información contractual registrada en la entidad se procedió con el análisis del comportamiento de sus adquisiciones anteriores durante las últimas dos vigencias apreciando los objetos contractuales similares a la necesidad planteada en el presente estudio del sector, teniendo en cuenta la modalidad de selección del contratista, objeto del contrato, valor de los contratos y forma de pago, número de contratos suscritos para el efecto y vigencias de los mismos, condiciones de pago establecidas en los contratos, entre otros: todo esto con la finalidad de asociar el tipo de servicio prestado, con el objeto de que genere un referente sobre el valor a establecer en la presente vigencia fiscal.

## ADQUISICIONES PREVIAS DE LA ENTIDAD:

| CONTRATO | OBJETO | CONTRATISTA | VALOR | DURACION | | FORMA DE PAGO |
|---|---|---|---|---|---|---|
| C-M-01 (CO1.PCCNTR.4738304) | Operación del plan de medios para informar sobre la gestión y los proyectos del concejo municipal | Mi Oriente | $83.143.000 | 09 | meses | Pagos mensuales |
| CPS-019-2022 | Prestación de servicios de apoyo a la gestión para la difusión escrita y publicitaria de la gestión del honorable concejo del municipio de guarne durante el año 2022 | Josue Jesid Sepúlveda Ríos | 7.500.000 | 3 | días | Único pago |

## HISTÓRICO DE COMPRAS DE OTRAS ENTIDADES

| CONTRATO | OBJETO | CONTRATISTA | VALOR | DURACION | | FORMA DE PAGO |
|---|---|---|---|---|---|---|
| CPSP-067-2024 (CO1.PCCNTR.5977680) | Realizar proyectos audiovisuales, radiales y planes de medios de comunicaciones para difundir las acciones misionales del ministerio de educación nacional. | Canal Regional De Televisión S.A.S | 2.000.000.000 | 293 | días | Pagos mensuales |
| 0095-BYS-2024 | Contratar el plan de medios institucional para el diseño elaboración yo difusión de piezas informáticas y | Soinser Colombia Sas | 130.000.000 | 114 | días | Pagos mensuales |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | publicitarias a través de medios de comunicación locales y/o regionales para promocionar y posicionar los servicios programas o actividades de la ESE Carmen Emilia Ospina | | | | | |
| 096-2023 | Plan de medios para la difusión de los proyectos y programas ejecutados por la administración municipal durante el periodo 2020 - 2023 | Mi Oriente | 32.480.000 | 18 | días | Pagos parciales |
| 6700026120 | Convenio interadministrativo para ejecutar el plan de medios, marca, monitoreo y reputación social, en los diferentes medios de comunicación existentes, de acuerdo con las ordenes emitidas por la oficina asesora de comunicaciones del Instituto De Deportes Y Recreación de Medellín - INDER. | Asociación Canal Local De Televisión – TELEMEDELLÍN | $308.758.000 | 134 | Días | Mensual |

El Concejo Municipal de Guarne, en cumplimiento a lo establecido en la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007 y el Decreto 1082 de 2015, elaboró un presupuesto oficial de acuerdo con los precios y condiciones del mercado y a las incidencias propias en el desarrollo del proyecto; de igual manera, determinó el presupuesto oficial para este proceso de selección, por ello garantiza que la apropiación presupuestal para este proyecto es acorde con las necesidades del mismo.

Para determinar el presupuesto oficial del presente proceso contractual, se solicitó cotización a compañías del sector con base en los requerimientos técnicos descritos en el acápite de LAS CONDICIONES TÉCNICAS EXIGIDAS de este documento y de acuerdo a la necesidad requerida.

| COTIZACIÓN N°1 | VALOR | COTIZACIÓN N°2 | VALOR | PROMEDIO |
|---|---|---|---|---|
| ASOCIACIÓN COMUNITARIA DE RIONEGRO NIT 811013927-0 (ASCOM RIONEGRO) | $ 34.000.000 | CABLE PLUS TELEVISION | $38.000.000 | $36.000.000 |

**CONCLUSION DE ANALISIS DEL SECTOR**

- El aumento en el uso de los medios de información, así como el auge en el uso de aplicativos y dispositivos electrónicos de información, conlleva a la profundización de mercados relacionados, que requieren de los medios de comunicación para crecer. Por ejemplo, el comercio electrónico se incrementará en la medida que los usuarios puedan realizar sus compras a través de dispositivos móviles y aplicaciones específicas diseñadas para tal fin

- Se puede identificar que para la ejecución de los planes de medios del Concejo Municipal juega un papel fundamental la cobertura, asegurando la difusión efectiva de los mensajes en todo el municipio y la región. La disponibilidad de equipos técnicos de última generación y un equipo altamente capacitado garantizan la implementación eficiente de las campañas.

- Con el fin de garantizar la correcta ejecución del contrato en la oportunidad y calidad esperada, se solicitaron cotizaciones a personas jurídicas y/o naturales legalmente constituidas que se encuentran en capacidad de proveer el objeto contractual.

- Tomando como referente los valores de los contratos anteriores y los precios del mercado actual según las cotizaciones suministradas que soportan estos, el valor a pagar por el “Prestación de servicios de operación del plan de medios, para informar sobre la gestión y los proyectos del Concejo Municipal de Guarne” objeto del Contrato a suscribir, es la suma de **TREINTA Y SEIS MILLONES DE PESOS ($36.000.000)**