ESTUDIOS DEL SECTOR

En cumplimiento del principio de Planeación de la Contratación, el Concejo Municipal de Ricaurte Cundinamarca debe realizar el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso.

1. ASPECTOS GENERALES

En el Artículo 2.2.1.1.1.6.1. del decreto 1082 de 2015 establece el deber a Las Entidades Estatales de realizar un análisis para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo.

El estudio del sector permite identificar las oportunidades disponibles en el mercado para atender la necesidad de la entidad estatal

Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022 Uso del Interne. EL ESTADO GENERAL DEL USO DE MÓVILES, INTERNET Y REDES SOCIALES



En Colombia, la población total está conformada por 51,39 millones de personas, de las cuales el 82% está residenciada en zonas urbanizadas.

En el país, hay 65.75 millones de teléfonos conectados. Si lo comparamos con la población, esto quiere decir que cada colombiano posee, en promedio, 1.2 celulares.

Por otro lado, el número de usuarios conectados a internet es de 35.50 millones, es decir, el 69.1% de la población total tiene acceso a este servicio.

En cuanto al uso de las redes sociales, Colombia tiene 45.80 millones de usuarios activos, lo cual representa el 81% de la población.



En un año, nuestra población ha crecido +0,63% (325 mil personas) y el número de celulares conectados +7.3%, es decir, actualmente hay en el país 4.4 millones de dispositivos nuevos.

En un año (del 2021 al 2022), el número de usuarios de Internet aumentó en un 2.2%, lo que representa 770 millones de personas. Mientras que, el número de usuarios conectados a redes sociales aumentó en un + 7.2%, es decir, para este año se crearon 2.8 millones perfiles.

Dato curioso: en una década (del 2012 al 2022), la población colombiana ha crecido +12%, es decir, 5.5 millones de personas.

DISPOSITIVOS QUE MÁS UTILIZAN LOS USUARIOS DE INTERNET



De acuerdo con la población total de usuarios de Internet, el uso de dispositivos se divide de la siguiente manera:

- **Teléfono celular (cualquier tipo):** 98%.
- **Teléfonos inteligentes (smartphone):** 97%
- **Teléfono móvil sin características "inteligentes":** 13%. En un año, este porcentaje ha disminuido -7.4% y el número de smartphones ha crecido +0.2
- **Laptop u ordenador de escritorio (pc):** 74%.
- **Tablets:** 34%.
- **TV inteligente para ver contenido en línea (como Netflix):** 16%
- **Cónsola de videojuegos:** 29%
- **Dispositivo inteligente para el hogar (Smart Home)**: 10%.
- **Relojes inteligentes:** 21%, siendo los dispositivos con mayor crecimiento en el 2022 +5.6%
- **Dispositivos de realidad virtual:** 4%.

TIEMPO PROMEDIO INVERTIDO EN PLATAFORMAS Y DISPOSITIVOS DIGITALES

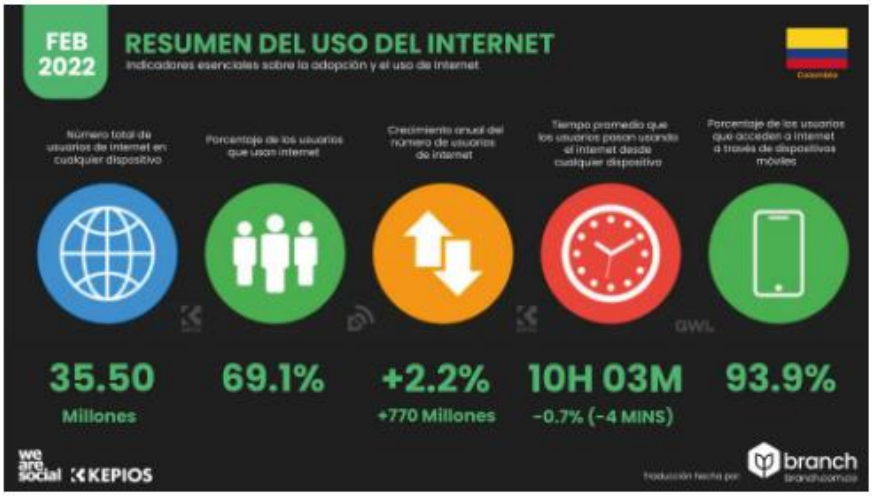


Tomando en cuenta a los usuarios de Internet que se encuentran entre los 16 a 64 años de edad, el estudio arrojó que estos administran su tiempo, diariamente, de la siguiente manera:

- 10 horas y 3 minutos usando Internet.
- 3 horas y 44 minutos viendo televisión
- 3 horas y 46 minutos usando las redes sociales
- 1 hora y 34 minutos leyendo períodos o artículos de la prensa. En comparación al 2021, los colombianos han disminuido el consumo de este medio de comunicación 10 minutos al día
- 1 hora y 47 minutos escuchando música a través de servicios de streaming (como Spotify), sumándose 5 minutos más en el 2022 vs 2021

- 1 hora y 10 minutos escuchando la radio
- 1 hora y 06 minutos usando consolas de videojuegos
- 51 minutos escuchando podcast, sumándose 2 minutos más en el 2022 vs 2021

RESUMEN GENERAL DEL USO DE INTERNET EN COLOMBIA



En resumen 35.5 millones de personas son usuarios activos de Internet desde cualquier dispositivo tecnológico (smartphone, tablet, laptop, cónsola de video juego, TV, entre otros).

Es decir, que el 69% de la población total de Colombia es usuaria activa de Internet y el 94% de este total accede usando dispositivos móviles

Desde enero del 2021 a enero del 2022, el número total de usuarios de Internet ha crecido en un 2.2%, es decir, más de un millón de nuevas personas usan este servicio.

El tiempo promedio que los usuarios de Internet pasan utilizando este servicio desde cualquier dispositivo tecnológico, es de 10 horas y 03 minutos.

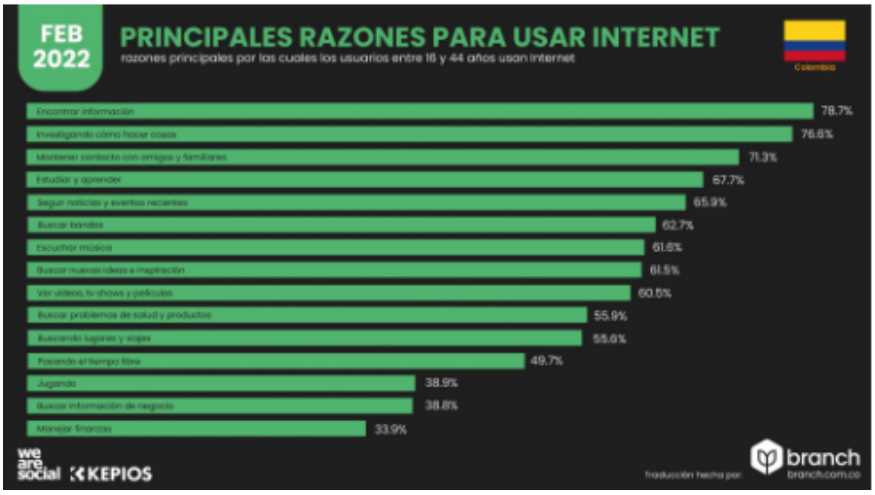
Dato curioso: del 2012 al 2022 el número de usuarios de Internet ha crecido +92%, siendo el 2013 el año con el mayor crecimiento +22.5%

EL ACCESO A INTERNET Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS



El Internet es accesible para más del 50% de la población colombiana, pero no se iguala a otros servicios como el agua, la electricidad y baños sanitarios básicos, los están presentes en la vida del 90% de los colombianos, afortunadamente.

PRINCIPALES RAZONES PARA USAR EL INTERNET



Más del 70% de los colombianos encuestados utilizan el Internet para encontrar información, investigar cómo hacer algunas actividades y estar en contacto con amigos y familiares. Uno de los usos menos frecuentes es el de la administración de finanzas y la investigación de negocios.

Además, el 85% realiza sus búsquedas desde Google Chrome, mientras que el 6% lo hace desde Safari y el 3% Microsoft Edge.

PÁGINAS WEB MÁS VISITADAS EN COLOMBIA SEGÚN DATOS DE SIMILAR WEB



Las páginas más buscadas por los colombianos son Google, YouTube, Facebook y WPlay (casa de apuesta). Por otro lado, el 97% del tráfico web en Internet proviene del motor de búsqueda de Google siendo las palabras más buscadas Colombia, WhatsApp y Traductor. El Tiempo es uno de los períodos locales más buscados en nuestro país.

LA INFORMACIÓN A LA QUE MÁS SE ACCEDE EN LA WEB



El 65% de los colombianos visita las redes sociales para buscar información sobre marcas y productos, el 57% usa herramientas de traducción de texto todas las semanas, el 51% usa herramientas de reconocimiento de imágenes como Google Lens todos los meses y el 16% utiliza los asistentes de voz, como Siri o Alexa, para encontrar información

PRINCIPALES CONTENIDOS EN VIDEO MÁS CONSUMIDOS



Entre los contenidos en video que los usuarios de Internet, entre los 16 a 64 años de edad, consumen más mensualmente, se encuentran los vídeos (96%), los videos musicales

(68%), los videos de comida o virales (50%) y los tutoriales sobre cómo realizar una actividad (37%)

Por su parte, los contenidos en audio más escuchados por los colombianos son: música en plataformas de streaming (34%), radio (24%), podcast (21%) y audiolibros (18%)

PREOCUPACIONES DE LOS USUARIOS EN TORNO A SU PRIVACIDAD Y BIENESTAR EN LÍNEA



En esta sección del estudio, se evaluaron cuántos usuarios activos de Internet en promedio: a) toman medidas para garantizar su bienestar personal en relación al consumo de plataformas digitales; b) se preocupan por el uso que se le dan a sus datos personas.

Al respecto se obtuvieron los siguientes resultados:

- El 64% le preocupa lo que es real y falso en Internet
- El 36% de los encuestados expresaron su preocupación sobre cómo las compañías utilizan hoy en día sus datos personales. Esta cifra ha disminuido 44 pp. en comparación al 2020, en donde el 80% tenía esta preocupación.
- El 36% ha declinado cookies en sitios web al menos una vez.
- El 38% ha usado bloqueadores de anuncios al menos una vez.
- El 26% de los usuarios utilizan VPN para acceder a sitios web

PORCENTAJE DEL TRÁFICO MÓVIL PROVENIENTE DE SISTEMAS OPERATIVO



El 89% de los usuarios colombianos ingresan a Internet a través de un sistema operativo Android y el 10% Apple; este último ha aumentado +3.5% en el 2022 vs 2021.

El uso de las redes sociales

EL ESTADO GENERAL DEL USO DE REDES SOCIALES



El 81% de la población total de Colombia es usuaria activa en redes sociales, es decir, 41.8 millones de personas. En el 2020, este porcentaje era de 69%, por lo que podemos observar un crecimiento de los usuarios en 12 pp.

En promedio, los colombianos pasan 3 horas y 46 minutos al día conectados a las redes sociales, dividiendo su tiempo en 8 redes distintas.

El 52% de los usuarios de redes sociales son mujeres y el 48% son hombres. El 37% de las mujeres y el 35% de los hombres se encuentran entre los 18 y 44 años de edad.

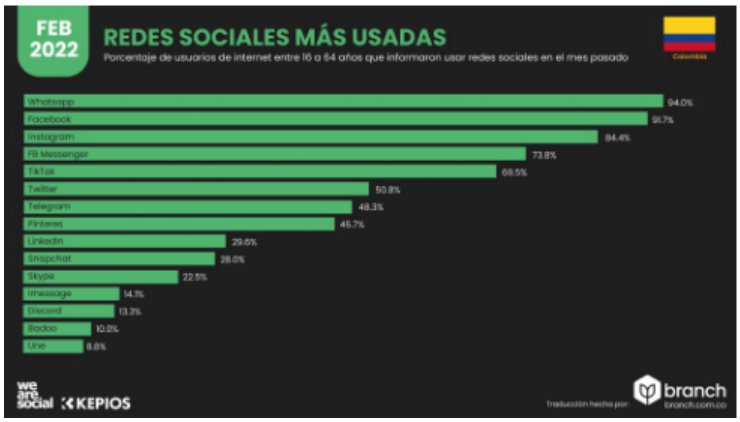
Dato curioso: del 2014 al 2022, la cantidad de usuarios ha crecido 109%

PRINCIPALES RAZONES PARA USAR REDES SOCIALES



Más de 40% de los usuarios colombianos usa las redes sociales para mantenerse en contacto con amigos y familiares, leer nuevas historias y encontrar contenido. Compartir opiniones y seguir celebridades e influenciadores fueron las razones menos seleccionadas.

REDES SOCIALES Y APPS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA MÁS USADAS



WhatsApp es la plataforma más usada. En el 2020, el 95% de los usuarios usaba Facebook y el 77% Instagram, por lo que para el 2022 Facebook tuvo una pérdida de -3.3 pp. e Instagram una ganancia de +7.4 pp.

Ahora en adelante, veamos los datos segmentados en Facebook, Instagram, LinkedIn y YouTube.

ORIGEN DEL TRÁFICO WEB POR PARTE DE REDES SOCIALES



A pesar de que Facebook se ha contraído dentro de las preferencias de los usuarios, esta red social tiene la Mayor participación en cuanto al tráfico web con el 69%, en segundo lugar se encuentra Pinterest con el 16% e Instagram con el 7%. En este sentido, es recomendable usar estas tres redes sociales para impulsar el tráfico hacia tu sitio web.

ESTADÍSTICAS DE LA AUDIENCIA DE FACEBOOK



El número de usuarios de Facebook ubicados en Colombia que pueden ser alcanzados a través de anuncios publicitarios es de 35 millones. Esto presenta el 68% de la población activa en redes sociales mayor de 18 años.

Tomando como base los 35 millones de usuarios, el 51% son mujeres y el 49% son hombres.

DISPOSITIVOS MÁS USADO PARA ACCEDER A FACEBOOK



Tomando como base los 32 millones de personas que son usuarios activos en Facebook:

- El 98% accede desde su celular
- El 79% afirma hacerlo exclusivamente desde su teléfono móvil.

- El 20% lo hace usando en conjunto su ordenador y dispositivo móvil.
- El 1.6% afirma ingresar a la red social exclusivamente desde su computador.

RESUMEN DE LA AUDIENCIA DE YOUTUBE



El 59% de la población colombiana usa YouTube. De este total de usuarios, el 86% son mayores de 18 años. El 51% son mujeres y el 49% Hombres.

TOP 20 DE BÚSQUEDAS EN YOUTUBE



Las consultas que más se realizan en Youtube son basadas en música, películas, cantantes específicos y videos de Tik Tok.

RESUMEN DE LA AUDIENCIA DE INSTAGRAM



En Instagram hay una audiencia colombiana de 18.3 millones de personas, lo que significa que el 36% de la población hace vida en esta red social y el 52% de los usuarios de Internet. En Instagram hay más mujeres (56%) que hombres (44%).

RESUMEN DE LA AUDIENCIA DE TIK TOK



Por su parte, en Tik Tok hay una audiencia colombiana de 13.6 millones de personas, lo que significa que el 27% de la población hace vida en esta red social y el 38% de los usuarios de Internet. En Tik Tok hay más mujeres (63%) que hombres (38%) y estas superan al público femenino en Instagram +7 pp.

RESUMEN GENERAL DE LA AUDIENCIA DE MESSENGER



El 40% de la población colombiana usa Messenger, es decir, 20.7 millones de personas, de las cuales el 51% son mujeres y el 49% hombres.

RESUMEN GENERAL DE LA AUDIENCIA DE LINKEDIN



El 20% de la población colombiana usa LinkedIn, es decir, 10 millones de personas, de las cuales la mitad son mujeres y la otra mitad hombres.

RESUMEN GENERAL DE LA AUDIENCIA DE TWITTER



Por su parte, en Twitter hay una audiencia de 4.3 millones de usuarios, es decir, el 8.4% de la población de nuestro país y el 12% de los usuarios de Internet.

Comercio electrónico y marketing digital

LAS APPS MÁS USADAS EN COLOMBIA



Entre las apps más usadas en Colombia son redes sociales y de mensajería instantánea, entre ellas destacan: WhatsApp, Facebook, Messenger, Instagram, Telegram y Mercado libre.

COMPORTAMIENTO DE LAS COMPRAS ONLINE



El 50% de los usuarios compran productos o servicios de forma online, el 25% ordenan específicamente comida por esta vía, el 10% compra artículos de segunda mano, el 18% usa plataformas para comparar precios y el 5% aprovecha los servicios de “pagos por crédito”

CATEGORÍAS DE MAYOR CONSUMO EN TIENDAS VIRTUALES



La industria en la que gastan más los colombianos es la de muebles/remodelaciones; sector que tuvo un crecimiento del +28% en comparación al 2021, seguida de cuidado personal y comida.

RESUMEN DEL USO DE MÉTODOS DE PAGOS DIGITALES



El 71% de los usuarios de Internet realizan pagos a través de plataformas digitales; cifra que tuvo un crecimiento del 15% en comparación al 2021. Estos pagos alcanzaron un monto de 9.63 billones de dólares, valor que se incrementó 31% para este año en comparación con el anterior.

EL COMPROMISO CON EL MARKETING DIGITAL



En cuanto a los comportamientos de búsqueda que realizan los colombianos, el 60% busca a las marcas en línea antes de realizar una compra, el 60% visitó páginas de marcas en los últimos días, el 18% descarga información usando código QR de marcas, el 17% hace clics en anuncios publicitarios en redes sociales, el 14% hace clics en banners de sitios web.

AGREMIACIONES

La Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP) es la Asociación Gremial Nacional del Sector Publicitario en Colombia, afilia a personas jurídicas que realizan actividades propias del sector de las comunicaciones, siempre que participen en la estrategia del cliente.
Sus afiliados son empresas de servicios publicitarios como Agencias Creativas, de Medios, BTL , Digitales, que participen en la estrategia de los clientes, entre ellos están:

- Big Fish Living Ideas
- Beat Agencias BTL
- Geometry s Grey Colombia
- Leo Burnett Open Hub
- McCann World Group
- MullenLowe SSP3
- Publicitaria S.A.
- Sancho BBDO
- UM Colombia
- Wavemaker media, content, technology.

El sector maneja Asociaciones internacionales como son:

- Cámara de Comercio Internacional ICC - www.iccwbo.org
- Alianza Europea de Estándares de Autorregulación Publicitaria – EASA www.easa-alliance.org
- American Association of Advertising Agencies – AAAA www.aaaa.org
- International Trademark Association - INTA www.inta.org
- Federación Mundial de Anunciantes - WFA www.wfanet.org
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI www.wipo.int/portal/es/
- Interactive Advertising Bureau (IAB) www.iab.com
- Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (FEDE) https://www.lafede.es/
- Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual – ASIPI www.asipi.org
- Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor – ODAI www.odai.org
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura – OEI www.oei.es Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO www.unesco.int Gremios Nacionales Asociación Colombiana de la Industria Gráfica – ANDIGRAF www.andigraf.com.co Asociación Nacional de Anunciantes – ANDA www.andacol.com
- Asociación Nacional de Medios de Comunicación - ASOMEDIOS www.asomedios.com
- Asociación Colombiana de Medios de Información – AMI www.ami.org.co
- Interactive Advertising Bureau - IAB Colombia www.iabcolombia.com

- Asociación de Diarios Colombianos - http://www.andiarios.com/
- Cluster de Industrias Creativas y de Contenidos - http://creativasycontenidos.clusterbogota.com/Page/Inicio Comisión de Regulación de Comunicaciones - http://www.crcom.gov.co
- Congreso Colombiano de Publicidad - http://www.congresodepublicidad.com/

El sector también cuenta con un grupo denominado Mediabrands dirigido por la comunidad, dirigido por el cliente y dirigido por consultoría de 13.000 especialistas en medios y marketing en más de 130 países, el cual tiene como recurso centralizado a MAGNA que proporciona inversión estratégica e inteligencia de medios para equipos de agencias y clientes. Utilizan investigación, pronósticos y relaciones estratégicas para brindar a los clientes una ventaja competitiva en el mercado. MAGNA ha establecido el estándar de la industria durante más de 60 años al predecir el futuro del valor de los medios. Publica más de 40 informes anuales sobre las tendencias de la audiencia, el gasto en medios y la demanda del mercado, así como la eficacia de los anuncios.

1.1 MARCO REGULATORIO

Son varios los organismos, entidades y autoridades nacionales que interrelacionan con el sector, entre ellos se pueden destacar:

- Superintendencia de Industria y Comercio (Colombia) www.sic.gov.co
- Centro Colombiano del Derecho de Autor – Cecolda www.cecolda.org.co
- Dirección Nacional del Derecho de Autor – DNDA www.derechodeautor.gov.co
- Ministerio de Cultura de Colombia www.mincultura.gov.co
- Cluster de Industrias Creativas y Contenidos –
- Cámara de Comercio de Bogotá www.ccb.org.co
- Ministerio de TICs, Colombia www.mintic.gov.co
- Procolombia www.procolombia.co

1.2 MARCO NORMATIVO

- Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria: Expedido por la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP), el Código es una regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio.
- Decreto 975 de 2014. Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores.
- Decreto 1369 de 2014. Por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos.

- La Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, es la norma encargada de proteger al consumidor tanto en entornos de publicidad tradicional como en entornos digitales.
- Ley 1474 de 2011, Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. Art. 10- Presupuesto de publicidad.
- Acuerdo 002 de 1995, reglamenta la comercialización en los canales regionales de televisión.
- Ley 1341 de 2009, define principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–.
- Ley 182 de 1995, reglamenta el servicio de la televisión, se conforman la Comisión Nacional de Televisión.
- Ley 680 de 2001, dictan otras disposiciones en materia de Televisión.
- Resolución 3066 de 2011, Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones.
- Resolución 2614 de 2022.
- Decreto 1078 de 2015.
- Resolución CRC 5050 de 2016.

1.3 ASPECTO TECNICO

DESCRIPCIÓN	MEDIO PUBLICITARIO	PUBLICACIONES MENSUALES	PLAZO	HORARIO
PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE RICAURTE	REDES SOCIALES EN FACEBOOK, EMISORA VIRTUAL CON MÁS DE 20000MIL SEGUIDORES PREFERIBLEMENTE DE LA REGIÓN. PUBLICIDAD, VIDEOS EN VIVO, FOTOGRAFÍAS Y OTROS.	CUATRO PUBLICACIONES	CUATRO (04) MESES	SEGÚN ASIGNACIÓN DEL SUPERVISOR

NOTA: El proponente deberá acreditar que cuenta con el espacio digital que le permite dar cumplimiento al alcance del objeto contractual según asignación del supervisor y condiciones técnicas de los servicios.

1.4 OTROS ASPECTOS

Incentivo para la promoción del desarrollo en la contratación pública para las MiPyme.

LIMITACIÓN A MIPYMES

De conformidad a lo dispuesto en el artículo 5 del Decreto 1860 de 2021, que modificó los artículos 2.2.1.2.4.2.2 a 2.2.1.2.4.2.4 del Decreto 1082 de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional, con el fin de reglamentar los artículos 30, 31, 32, 34 Y 35 de la Ley 2069 de 2020, en lo relativo al sistema de compras públicas y se dictan otras disposiciones", que en su tenor literal disponen: (…)

"ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.2. Convocatorias limitadas a Mípyme. Las Entidades Estatales independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, deben limitar la convocatoria de los Procesos de Contratación con pluralidad de oferentes a las Mipyme colombianas con mínimo un (1) año de existencia, cuando concurran los siguientes requisitos:

1. El valor del Proceso de Contratación sea menor a ciento veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US$125.000), liquidados con la tasa de cambio que para el efecto determina cada dos años el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

2. Se hayan recibido solicitudes de por lo menos dos (2) Mipyme colombianas para limitar la convocatoria a Mipyme colombianas. Las Entidades Estatales independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, deben recibir estas solicitudes por lo menos un (1) día hábil antes de la expedición del acto administrativo de apertura, o el que haga sus veces de acuerdo con la normativa aplicable a cada Proceso de Contratación.

Tratándose de personas jurídicas, las solicitudes solo las podrán realizar Mipyme, cuyo objeto social les permita ejecutar el contrato relacionado con el proceso contractual.

PARÁGRAFO. Las cooperativas y demás entidades de economía solidaria, siempre que tengan la calidad de Mípyme, podrán solicitar y participar en las convocatorias limitadas en las mismas condiciones dispuestas en el presente artículo.

ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.3. Limitaciones territoriales. De conformidad con el parágrafo 1 del artículo 12 de la Ley 1150 de 2007, las Entidades Estatales, independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, pueden realizar convocatorias limitadas a Mipyme colombianas que tengan domicilio en los departamentos o municipios en donde se va a ejecutar el contrato. Cada Mipyme deberá acreditar su domicilio con los documentos a los que se refiere el siguiente artículo.

ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.4. Acreditación de requisitos para participar en convocatorias limitadas. La Mipyme colombianas deben acreditar que tiene el tamaño empresarial establecido por la ley de la siguiente manera:

1. Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público, adjuntando copia del registro mercantil.

2. Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligados a tenerlo, adjuntando copia del certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente para expedir dicha certificación.

Para la acreditación deberán observarse los rangos de clasificación empresarial establecidos de conformidad con la Ley 590 de 2000 y el Decreto 1074 de 2015, o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen.

PARÁGRAFO 1. En todo caso, las Mipyme también podrán acreditar esta condición con la copia del certificado del Registro Único de Proponentes, el cual deberá encontrarse vigente y en firme al momento de su presentación.

PARÁGRAFO 2. Para efectos de la limitación a Mipyme, los proponentes aportarán la copia del registro mercantil, del certificado de existencia y representación legal o del Registro Único de Proponentes, según corresponda conforme a las reglas precedentes, con una fecha de máximo sesenta (60) días calendario anteriores a la prevista en el cronograma del Proceso de Contratación para el inicio del plazo para solicitar la convocatoria limitada.

PARÁGRAFO 3. En las convocatorias limitadas, las Entidades Estatales independientemente de su régimen de contratación, los patrimonios autónomos constituidos por Entidades Estatales y los particulares que ejecuten recursos públicos, solo deberán aceptar las ofertas de Mipyme o de proponentes plurales integrados únicamente por Mipyme.

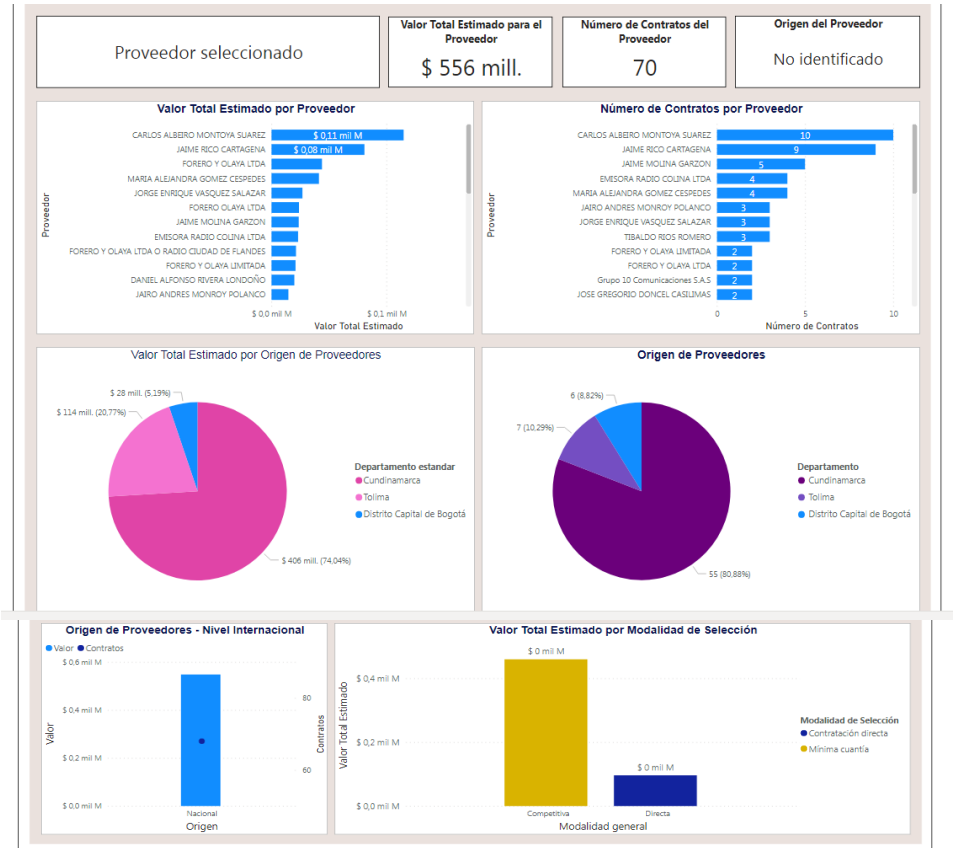
PARÁGRAFO 4. Los incentivos previstos en los artículos 2.2.1.2.4.2.2 y 2.2.1.2.4.2.3 de este Decreto no excluyen la aplicación de los criterios diferenciales para los emprendimientos y empresas de mujeres en el sistema de compras públicas."

2 COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTORICO

De conformidad con lo establecido en el Modelo de Abastecimiento Estratégico en el ítem de herramientas de visualización para el análisis de la demanda, la entidad estatal procedió a manera integral visualizar el comportamiento de compras histórico de la entidad que reposa en el SECOP (I, II y TVEC), así:



Año	2020			2021			2022			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8210 - Publicidad	10	$ 79.335.000	14,27%	10	$ 70.600.000	12,70%	13	$ 70.900.000	12,75%	53	$ 380.891.666	68,52%
8212 - Servicios de reproduccion	2	$ 17.000.000	3,06%	1	$ 19.968.000	3,59%				7	$ 86.912.011	15,63%
8214 - Diseño grafico				4	$ 38.000.000	6,84%	2	$ 21.333.333	3,84%	7	$ 61.109.466	10,99%
8213 - Servicios fotograficos				2	$ 13.500.000	2,43%	1	$ 13.500.000	2,43%	3	$ 27.000.000	4,86%
Total	12	$ 96.335.000	17,33%	17	$ 142.068.000	25,56%	16	$ 105.733.333	19,02%	70	$ 555.913.143	100,00%



Análisis de la demanda:

Relación de contratos verificados en el SECOP, de otras Entidades Públicas con objetos similares así:

PROCESO	OBJETO	VALOR	CONTRATISTA
MINIMA CUANTIA 04 DE 2022 - META - CONCEJO MUNICIPIO DE ACACIAS	SERVICIOS DE PUBLICIDAD RADIAL Y DIFUSION DE LAS ACTIVIDADES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE ACACIAS A TRAVES DE CUÑAS, COMUNICADOS DE PRENSA E INFORMES PERIODISTICOS.	7,999,300	SONIA ESPERANZA CESPEDES DIAZ
CMN-MC-002 DE 2023	PRESTAR LOS SERVICIOS PARA LA EMISION DE CAPSULAS INFORMATIVAS Y TRANSMISION DE PROGRAMAS RADIALES ALUSIVOS A LA GESTION ADMINISTRATIVA DEL HONORABLE CONCEJO MUNICIPAL DE NOBSA PARA LA VIGENCIA 2023	$3.999.996	JUNTA DE ACCION COMUNAL BARRIO NAZARETH

HISTÓRICO DEL CONCEJO MUNICIPAL DE RICAURTE CUNDINAMARCA

Revisados los archivos del Concejo, se encontraron las siguientes contrataciones similares.



Detalle del Proceso Número: MC-004-2021

CUNDINAMARCA - CONCEJO MUNICIPIO DE RICAURTE

Información General del Proceso	
Tipo de Proceso	Contratación Mínima Cuantía
Estado del Proceso	Convocado
Asociado al Acuerdo de Paz	No
Régimen de Contratación	Estatuto General de Contratación
Grupo	[F] Servicios
Segmento	[82] Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Graficas y Bellas Artes
Familia	[8210] Publicidad
Clase	[821016] Publicidad difundida
Detalle y Cantidad del Objeto a Contratar	PRESTACION DE SERVICIOS EN LA ELABORACION,REDACCION, DIVULAGACION Y TRANSMISION DE LOS BOLETINES INFORMATIVOS EMITIDOS POR EL CONCEJO MUNICIPAL DE RICAURTE CUNDINAMARCA
Cuantía a Contratar	$ 1,200,000
Moneda de Pago	Peso Colombiano
Tipo de Contrato	Prestación de Servicios

Respaldos Presupuestales Asociados al Proceso		
Tipo de respaldo presupuestal	Número del respaldo presupuestal	Cuantía del respaldo presupuestal
CDP	2021000218	$ 1,200,000



Términos de uso | Mapa del sitio | Preguntas frecuentes | Contáctenos

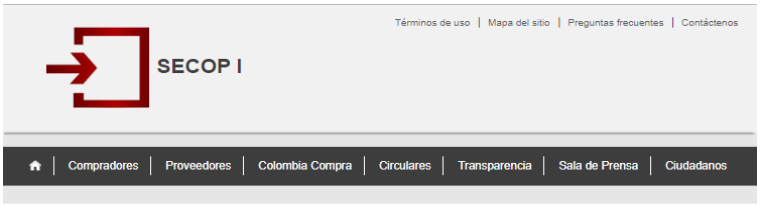
SECOP I

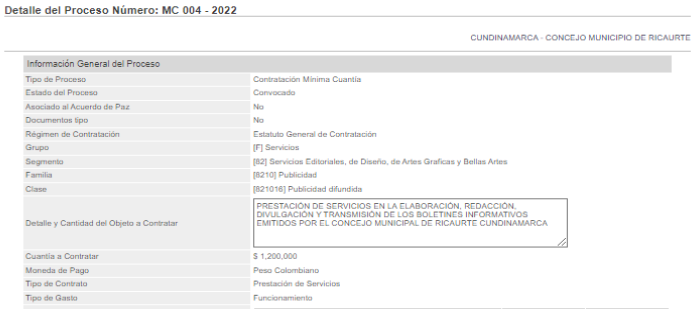
Compradores | Proveedores | Colombia Compra | Circulares | Transparencia | Sala de Prensa | Ciudadanos

Detalle del Proceso Número: MC-005-2022

CUNDINAMARCA - CONCEJO MUNICIPIO DE RICAURTE

Información General del Proceso	
Tipo de Proceso	Contratación Mínima Cuantía
Estado del Proceso	Convocado
Asociado al Acuerdo de Paz	No
Documentos tipo	No
¿Debe cumplir con invertir mínimo el 30% de los recursos del presupuesto destinados a comprar alimentos, cumpliendo con lo establecido en la Ley 2046 de 2020, reglamentada por el Decreto 248 de 2021?	No
¿El contrato incluye el suministro de bienes y servicios distintos a alimentos?	
Régimen de Contratación	Estatuto General de Contratación
Grupo	[E] Productos de Uso Final
Segmento	[55] Publicaciones Impresas, Publicaciones Electronicas y Accesorios
Familia	[5510] Medios impresos
Clase	[551015] Publicaciones impresas
Detalle y Cantidad del Objeto a Contratar	SERVICIOS DE PUBLICIDAD DE AVISOS INFORMATIVOS DEL CONCEJO MUNICIPAL DE RICAURTE - CUNDINAMARCA, A TRAVES DE MEDIO ESCRITO DE CIRCULACION REGIONAL
Cuantía a Contratar	$ 1,200,000
Moneda de Pago	Peso Colombiano





3 ESTUDIO DE LA OFERTA.

Teniendo en cuenta el objeto del presente proceso analizando la base de datos de la superintendencia de industria y comercio se encuentran las siguientes empresas clasificadas dentro de la actividad económica de publicidad y difusión.

NIT	RAZON SOCIAL	CIUDAD
800011955	DIGITAL ESTEREO SAS	BOGOTA D.C.
860051704	PROMOTORA RADIAL COLOMBIANA SAS	BOGOTA D.C.
860039071	SERVICIO RADIAL INTEGRADO SAS	BOGOTA D.C.
860079896	COMPANIA DE COMUNICACIONES DE COLOMBIA S.A.S	BOGOTA D.C.
800076967	CAICEDO SANZ EXPORTACIONES LIMITADA	VALLE
811025863	RADIO MUNERA 790 S.A EN REORGANIZACION	ANTIOQUIA
830005644	ALPACIFICO SOCIEDAD EN COMANDITA	BOGOTA D.C.
830111891	RADIO INTEGRIDAD S.A.	BOGOTA D.C.
860505253	AMERICA RADIO LTDA	BOGOTA D.C.
890302907	RDP S A S	VALLE
890311467	SOCIEDAD COMERCIAL DE INVERSIONES LIMITADA	VALLE
890902162	VOZR SAS	ANTIOQUIA
900624147	RADIO MUNERA S.A.S. EN REORGANIZACION	ANTIOQUIA
800017779	TEVESAN SAS	BOGOTA D.C.
811026622	COMERCIALIZADORA MUNERA EASTMAN RADIO S.A EN REORGANIZACION	ANTIOQUIA
830042619	INVERSIONES INRAI LTDA	BOGOTA D.C.
860354098	PRODUCCIONES WILLVIN S A	BOGOTA D.C.
900258177	GLOBENET CABOS SUBMARINOS COLOMBIA S A S	BOGOTA D.C.

4.3 ANÁLISIS DE PRECIOS

Los precios finales serán obtenidos del promedio del histórico de datos y análisis realizado al sector de comunicaciones en especial redes sociales, aunado al promedio de las cotizaciones recibidas en el CONCEJO MUNICIPAL para lo cual se estipulo un presupuesto por la suma de **NUEVE MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE ($9.000.000°°)**

ORIGINAL FIRMADO

MELQUICIDEC RICO NUÑEZ

Presidente Concejo Municipal