



Alcaldía de Montería

ESTUDIO DEL SECTOR

(Decreto 1082 de 2015)

CONTENIDO

OBJETO

CLASIFICACIÓN UNSPSC

SECTOR AL CUAL PERTENECE

A. ASPECTOS GENERALES

1. Económico.
2. Técnico.
3. Regulatorio.

B. ESTUDIO DE LA OFERTA

1. Identificación de Proveedores.
2. Análisis de Costos y Precios.
3. Indicadores Financieros y Organizacionales.

C. ESTUDIO DE LA DEMANDA

1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?
2. ¿Cómo adquieren las Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?



Alcaldía de Montería

ESTUDIO DEL SECTOR

De conformidad con el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del Decreto 1082 de 2015 el cual establece que la Entidad Estatal deberá hacer durante la etapa de planeación 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.

El análisis del sector permite establecer el contexto del Proceso de Contratación, identificar algunos de los Riesgos y determinar los requisitos habilitantes. La Alcaldía de Montería con lo establecido en la guía para la elaboración de estudios del sector de Colombia Compra Eficiente estructura el análisis del sector del siguiente proceso en las siguientes áreas.

- A. Aspectos Generales
- B. Estudio de la Oferta
- C. Estudio de la Demanda
- D. Valor Estimado del Contrato

OBJETO

SERVICIO DE PUBLICIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA ALCALDÍA DE MONTERÍA, A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y CONOCIMIENTO DE LA OFERTA INSTITUCIONAL DE LA ENTIDAD.

CLASIFICACIÓN UNSPSC

De Conformidad con el clasificador de bienes y servicios de Naciones Unidas, versión 14 del UNSPSC, consultado en la página web. www.colombiacompra.gov.co/clasificacion, el objeto a contratar se encuentra codificado así:

GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
(F) SERVICIOS	(82) SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRÁFICAS Y BELLAS ARTES.	(8210) PUBLICIDAD	(82101500) PUBLICIDAD IMPRESA. (82101600) PUBLICIDAD DIFUNDIDA. (82101800) SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD.
CODIFICACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS			
CÓDIGO	UNSPSC 82101500 82101600 82101800	PUBLICIDAD IMPRESA. PUBLICIDAD DIFUNDIDA. SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD.	

SECTOR AL CUAL PERTENECE

El sector servicios o sector terciario es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales. Generan servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de cualquier población en el mundo.

Incluye subsectores como comercio, comunicaciones, centro de llamadas, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), entre otros.

Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y sector secundario). Aunque se

Gobierno de La GENTE



Alcaldía de Montería

le considera un sector de la producción, propiamente su papel principal se encuentra en los dos pasos siguientes de la actividad económica: la distribución y el consumo. Recuperado en https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios

A. ASPECTOS GENERALES

La planificación de medios es la disciplina de la publicidad encargada de hacer llegar los mensajes publicitarios al mayor número de personas del público objetivo. Esto se hace por medio de la selección de los medios y soportes más adecuados para cada ocasión y buscando siempre el menor coste posible.

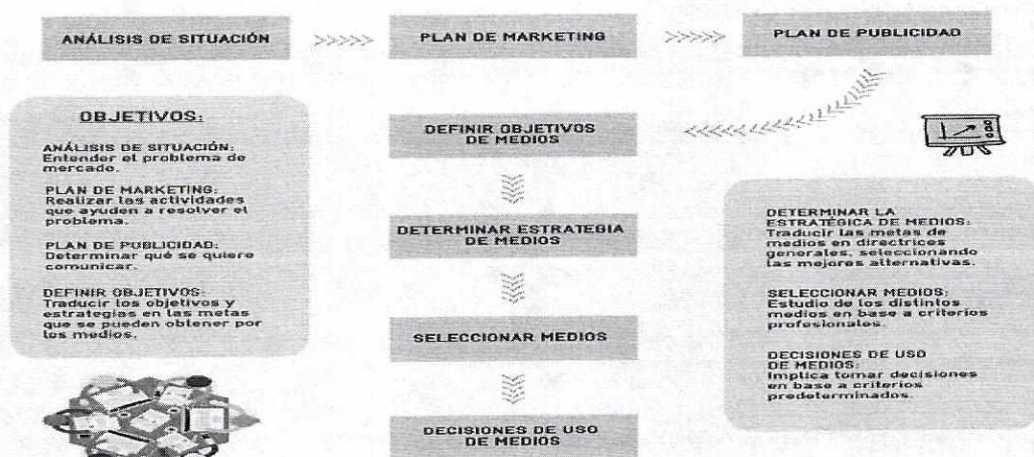
La planificación de medios es la puesta en marcha de diferentes estrategias y tácticas para difundir un mensaje publicitario a través de los medios de comunicación que se tenga disponibles con un presupuesto limitado. Estas estrategias conllevan un conocimiento absoluto del cliente, anunciante, los productos, precios, estrategias de marketing y ventas, así como de los competidores. Intentando anticipar a la competencia siempre a través de los medios.

Se entiende como Medios:

Convencionales: televisión, radio, cine, prensa, revistas, suplementos, exterior Digitales: en línea (y todo lo que conlleva), redes sociales, buscadores, blogs, mobile, etc... Especiales: acciones de street marketing, stands, buzono, azafatas, acciones ad-hoc, etc...

Un planificador de medios tiene que formar parte del anunciante.

Un planificador observa constantemente lo que hace la competencia de los clientes, busca nuevas posibilidades para transmitir los mensajes, a veces de tiene que inventar canales, se posiciona con los resultados. Cuanta más información se pueda conseguir de los clientes, más útil y eficiente será la tarea

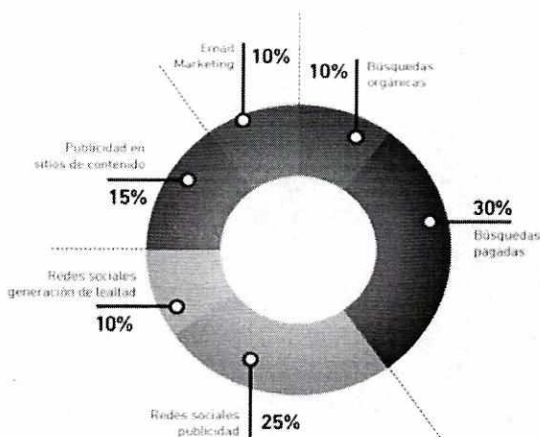


Fuente: <https://www.ceupe.com/blog/planificacion-de-medios.html>



Alcaldía de Montería

Plan de Medios Online
Porcentaje del presupuesto publicitario



Fuente: <https://co.pinterest.com/pin/102597697733510785/>

1. Económico

En el primer trimestre de 2020pr, las exportaciones decrecen 6,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2019pr. Para la serie corregida de efecto estacional y calendario, las exportaciones decrecen en 3,6%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

Exportaciones
Tasas de crecimiento en volumen¹
2020^{pr}– Primer trimestre

Componente del gasto	Tasas de crecimiento	
	Serie original	Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2020- I ^{pr} / 2019-I ^{pr}	2020 ^{pr} - I / 2019 ^{pr} - IV
Exportaciones	-6,1	-3,6

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

^{pr} preliminar

^p provisional

¹Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

En el primer trimestre de 2020pr, las importaciones decrecen 2,5% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2019pr. Para la serie corregida de efecto estacional y calendario, las importaciones decrecen en 1,7%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

Importaciones
Tasas de crecimiento en volumen¹
2020^{pr}– Primer trimestre

Componente del gasto	Tasas de crecimiento	
	Serie original	Serie corregida de efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2020- I ^{pr} / 2019-I ^{pr}	2020 ^{pr} - I / 2019 ^{pr} - IV
Importaciones	-2,5	-1,7

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

^{pr} preliminar

^p provisional

¹Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

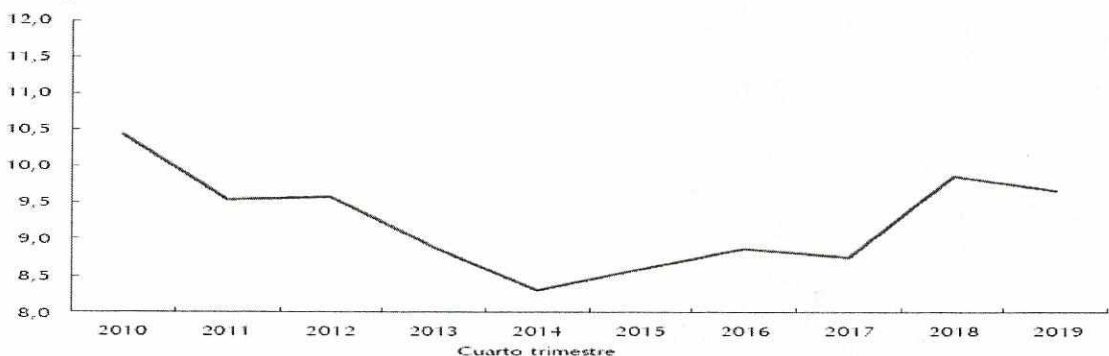
En el cuarto trimestre del 2019 el mercado laboral evidenció una TD inferior con respecto al mismo trimestre del año anterior (Grafico 17), ante una disminución en la TO y en la TGP, (Cuadro 14). A su vez, los indicadores de mercado



Alcaldía de Montería

laboral de la región se ubicaron por debajo de las 23 ciudades y sus áreas metropolitanas (AM).

Región Caribe. Tasa de desempleo, 2010 - 2019 (porcentaje)



Nota: no se incluye el departamento de San Andrés y Providencia en el cálculo de la tasa de desempleo regional.

Fuente: DANE; cálculos del Banco de la República

Según la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), la TD de la región Caribe en el cuarto trimestre de 2019 se ubicó en 9,7%, con una disminución de 0,2 puntos porcentuales (pp) comparada con el mismo periodo del año anterior, e inferior en 1,1 pp frente a la de las 23 ciudades y sus (AM). El Cuadro 18 muestra que dos de las ciudades de la región Caribe –Barranquilla y Cartagena- registraron tasas de desempleo inferiores al resto de las ciudades de la región y de las 23 ciudades con sus AM del país.

En cuanto a la TO, en la región Caribe fue de 55,8% y descendió 0,8 pp comparada con el cuarto trimestre de 2018, solo en Barranquilla y Sincelejo fue superior al promedio regional; no obstante, en todas las ciudades descendió frente a la registrada en cada ciudad en igual periodo del año anterior, con excepción de Riohacha que mostró un leve aumento y en Cartagena se mantuvo (Cuadro 15). A su vez, La TGP en la región descendió en 1,1 pp y solo en Riohacha aumentó en 0,7 pp, es decir que en la región menos gente salió a buscar trabajo en el trimestre de análisis. Sincelejo fue donde se dio la mayor caída (2,5 pp), seguida de Cartagena (1,8 pp). Por otro lado, la información para San Andres Islas corresponde al segundo semestre (jul – dic) del 2019, donde la TD fue de 6.7% con disminución en 0,4 pp; la TO fue de 63,4% con descenso de 2,2

pp y la TGP se ubicó en 68,0% con una reducción de 2,6%, en contraste con la del mismo periodo de 2018.

Región Caribe. Indicadores de mercado laboral					Porcentaje
Cuarto trimestre					
Ciudad	Año	Población en edad de trabajar	Tasa general de participación	Tasa de ocupación	Tasa de desempleo
Barranquilla	2018	80,5	65,5	59,8	8,7
	2019	80,8	64,7	59,6	7,9
Cartagena	2018	80,9	57,8	52,1	9,9
	2019	81,2	56,1	52,1	6,3
Montería	2018	79,9	64,0	57,4	10,5
	2019	80,1	63,3	55,4	12,4
Riohacha	2018	70,6	61,0	52,1	14,7
	2019	80,2	61,7	52,5	14,9
Santa Marta	2018	77,6	60,1	55,0	8,5
	2019	77,9	59,4	52,3	12,1
Sincelejo	2018	80,1	68,5	62,0	9,4
	2019	80,4	66,0	58,0	12,1
Valledupar	2018	78,1	61,7	52,8	14,4
	2019	78,4	60,6	51,1	16,3
Caribe	2018	79,5	62,8	56,6	9,9
	2019	79,8	61,7	55,8	9,7

Nota: no incluye el departamento de San Andrés

Fuente: DANE- Gran Encuesta Integrada de Hogares; cálculos del Banco de la República

En cuanto al mercado laboral por géneros, en el cuarto trimestre del 2019 la TD para las mujeres fue de 13,9% que comparándola con la del mismo periodo de 2018 tuvo un incremento de 6,5 pp, y la de los hombres que fue de 7,1% con aumento de 1,8 pp, existiendo así una brecha laboral por género de 6,7 pp. Al interior de la región, las ciudades con la mayor TD para las mujeres, fueron Valledupar y Riohacha con porcentajes de 22,1% y 19,2% respectivamente, mientras que en estas mismas ciudades el porcentaje para los hombres fue de 10,8% y 10,5%. El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), atribuyen que estas grandes desigualdades no solo se suscriben a la economía y la política pública, “sino también a lo cultural y a lo

Gobierno de La GENTE

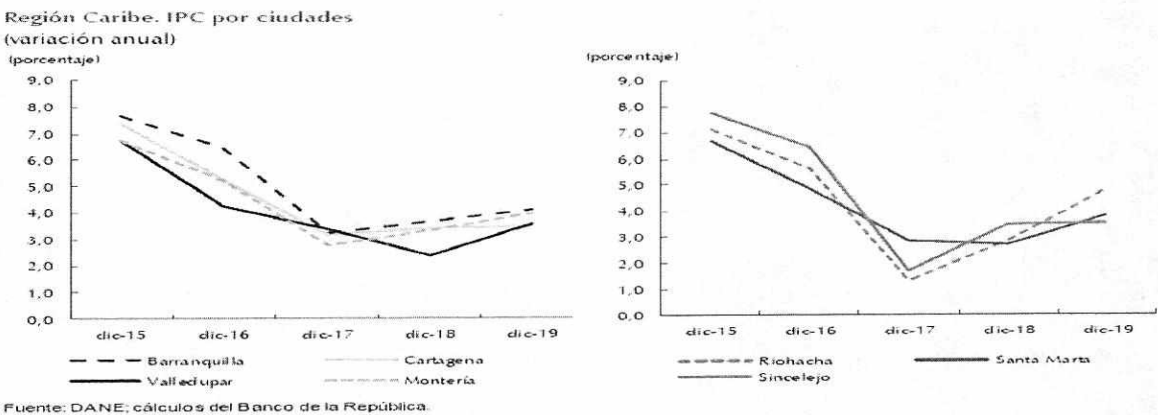


Alcaldía de Montería

socialmente adoptado como realidades naturales e intrínsecas en hombres y mujeres"

En cuanto a la tasa de ocupación femenina (TO) en la región fue de 45,4% y las ciudades con tasas superiores al promedio fueron Barranquilla (48,8%), seguida de Sincelejo (46,2%) y Montería (46,1%). Mientras que para los hombres la TO regional fue del 66,3% siendo más alta en Barranquilla (70,1%) seguida de Sincelejo (68,1%) y Montería (64,9%). La participación de la fuerza laboral (TGP) fue liderada por los hombres en un 71,4% y la de las mujeres fue de 52,7%.

En diciembre de 2019, la variación anual del índice de precios al consumidor (IPC) en las ciudades de la región Caribe en promedio fue de 3,9%, 10 puntos básicos (pb) por encima de la nacional (3,8%), y superó en 64 pb la de igual periodo de 2018. Riohacha y Barranquilla sobrepasaron el límite superior del rango meta establecido por las autoridades monetarias de 4% y sus variaciones fueron mayores en 1,7 y 1,1 puntos porcentuales (pp) a la registrada en igual mes del año anterior. Las ciudades que presentaron la menor variación de precios fueron Sincelejo (3,5%), Cartagena (3,5%) y Valledupar (3,6%).



Los grupos de bienes y servicios que presentaron mayor variación anual del IPC, a diciembre de 2019, en las ciudades de la región fueron: educación y bebidas alcohólicas y tabaco (Cuadro 18). Cartagena sobresale con las mayores alzas de estos dos grupos. Por el contrario, los menores crecimientos se dieron en el grupo de prendas de vestir y en muebles y artículos para el hogar, destacándose Barranquilla con las menores variaciones. Vale la pena destacar que en Riohacha el transporte y los alimentos presentaron los mayores aumentos y le aportaron el 57,8% a la variación del IPC total de esa ciudad.

Región Caribe. IPC por grupo de bienes y servicios (variación anual a diciembre)							Porcentaje
Grupo de bienes y servicios	Ciudades						
	Barranquilla	Cartagena	Valledupar	Montería	Riohacha	Santa Marta	Sincelejo
Total	4,1	3,5	3,6	4,0	4,8	3,8	3,5
Alimentos y bebidas no alcohólicas	3,8	5,6	4,1	6,1	7,6	4,6	5,1
Bebidas alcohólicas y tabaco	4,9	7,0	6,1	6,0	6,7	4,7	3,3
Prendas de vestir y calzado	-0,1	0,8	1,8	1,5	0,8	0,9	0,7
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	4,9	3,5	3,8	3,8	2,9	3,7	3,7
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	0,7	3,5	2,1	2,3	1,2	1,7	1,9
Salud	2,5	6,9	3,6	1,0	3,7	2,2	3,0
Transporte	4,9	3,2	3,8	4,6	13,7	5,5	3,8
Información y comunicación	4,4	3,4	4,0	3,2	2,5	4,0	3,5
Recreación y cultura	1,9	2,0	2,8	2,1	2,3	3,4	3,5
Educación	6,2	6,8	5,5	6,2	6,0	3,3	6,1
Restaurantes y hoteles	4,4	3,4	2,2	2,4	3,0	3,9	1,7
Bienes y servicios diversos	2,0	2,5	2,4	2,4	2,0	1,5	2,1

Nota: no incluye el departamento de San Andrés Islas
Fuente: DANE; cálculos del Banco de la República

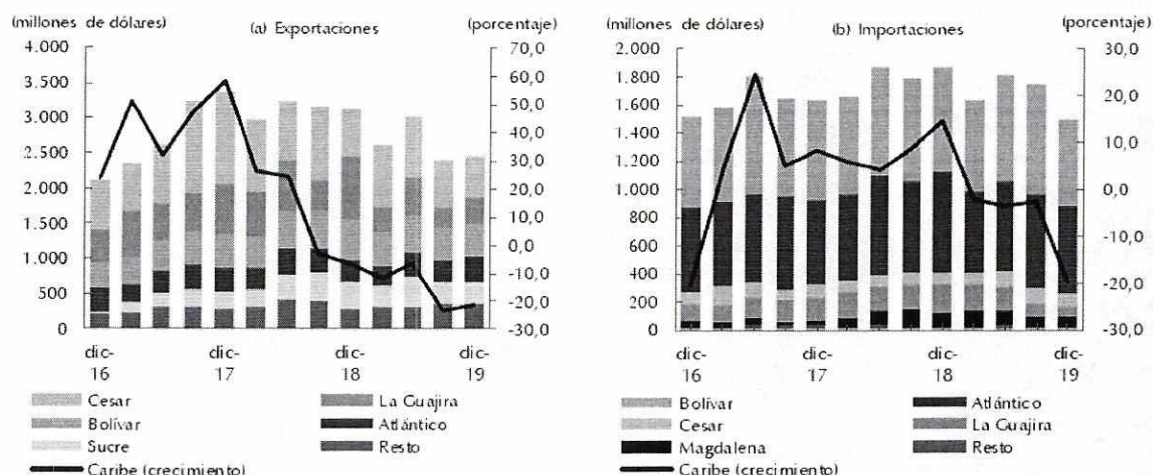
En diciembre de 2019 la variación anual de otras clasificaciones del gasto para tres ciudades de la región Caribe, muestra que los bienes y servicios regulados -servicios públicos, transporte y gasolina fueron los de mayor crecimiento, en especial la electricidad que tiene la más alta ponderación en este subgrupo. Siguen los productos procesados donde el arroz fue el de mayor aumento y también el de la más alta ponderación dentro del subgrupo. Las comidas fuera del hogar en Barranquilla presentaron un crecimiento similar al del año anterior, mientras que en



Alcaldía de Montería

Montería y Cartagena la variación fue menor en 1,5 pp y 0,2 pp, respectivamente. Por otro lado, los bienes transables sin alimentos ni regulados presentaron mayor variación en Cartagena y Montería, destacándose el alza en los licores, cigarrillos y tabaco debido a la depreciación del peso.

Región Caribe. Comercio exterior
(nivel y crecimiento anual)



Nota: Resto incluye los departamentos de Magdalena, Córdoba y San Andrés (exportaciones); y Córdoba, Sucre y San Andrés (Importaciones)
Fuente: DANE - DIAN, cálculos del Banco de la República

No puede el presente estudio prescindir de los acontecimientos mundiales que afectan el comercio global y nacional de bienes y servicios causados por las medidas de aislamiento y protección adoptadas por todo el planeta para contrarrestar los efectos nocivos en la salud humana de la velocidad de contagio y propagación de la pandemia Codi-19.

Estudio reciente (26 de marzo de 2020) de FEDESARROLLO¹, denominado "choque dual y posibles efectos sobre la economía colombiana" ha hecho el siguiente análisis derivado de sus efectos duales:

Tanto el COVID-19 como el desplome de los precios del petróleo generan choques de oferta y de demanda, y representan un riesgo para el crecimiento económico del país. Por el lado de la demanda, se espera que los dos choques afecten el consumo de los hogares, reduciendo su crecimiento a 1,0% real anual en el escenario medio (3,5 pps por debajo del escenario que teníamos en Prospectiva inicialmente -4,5%-). Este menor dinamismo del consumo privado se daría vía: i) una menor confianza del consumidor, y ii) un menor ingreso nacional debido a menores términos de intercambio. En el mejor de los escenarios el consumo privado crecería 2,0%, mientras que en el pesimista se contraería al orden del 0,1%.

Las variables comerciales también se verían afectadas negativamente (Cuadro 3). En el escenario medio, las exportaciones exhibirían una contracción de -5,5% (resultado 8,8 pps por debajo del escenario en Prospectiva -3,3%-), obedeciendo a una desaceleración de las exportaciones de petróleo. De igual manera, la fuerte depreciación de la tasa de cambio ubicaría el crecimiento de las importaciones 15,8 pps por debajo del escenario estimado en Prospectiva (-9,1% vs +6,7% en Prospectiva). En línea con la desaceleración de las importaciones y la depreciación de la tasa de cambio, la importación de maquinaria y equipo también se vería afectada, dinámica que restaría al crecimiento de la inversión (-6,7% en escenario medio vs +4,3% en Prospectiva). En el escenario optimista el crecimiento de las exportaciones y las importaciones sería de -2,7% y -6,1% respectivamente, mientras que en el pesimista podría observarse una contracción cercana al 9,1% y 10,5% respectivamente.

1. https://www.fedesarrollo.org.co/sites/default/files/DocumentosTrabajo/2020-03-26_choque_dual_y_posibles_efectos_sobre_la_economia_colombiana.pdf



Alcaldía de Montería

Cuadro 3: Escenarios de crecimiento por el lado de la demanda

Componente	Participación (%)	Escenario Prospectiva diciembre 2019	Escenario Optimista	Escenario Medio	Escenario Pesimista	Diferencia*
Gasto de consumo final	84.0	4.1	2.8	1.9	0.8	-2.2
Consumo privado	68.5	4.5	2.0	1.0	-0.1	-3.5
Gasto gobierno general	15.5	2.5	6.5	5.8	5.0	3.3
Formación bruta de capital	22.3	4.3	-4.7	-6.7	-8.7	-11.0
Exportaciones	15.9	3.3	-2.7	-5.5	-9.1	-8.8
Importaciones	22.2	6.7	-6.1	-9.1	-10.5	-15.8
Producto Interno Bruto		3.5	2.3	1.2	-0.4	-2.2

Fuente: Fedesarrollo
*Nota: Diferencia entre el escenario medio y el escenario de Prospectiva

Dado el confinamiento para contener la propagación del COVID-19, la actividad productiva se ha estancado en algunos sectores, afectando principalmente a las actividades asociadas al comercio de bienes y servicios, el turismo y las industrias. El confinamiento obligatorio y la pérdida de empleos, especialmente en el sector informal, se traduce además en un choque de demanda, en donde los hogares reducen sus niveles de consumo. Este choque de demanda se agrava con la reducción en el ingreso disponible del país derivada de la caída en los precios internacionales del crudo, que profundiza la reducción del consumo público y privado. Esto último se vería reflejado en un menor dinamismo en sectores como el comercio, transporte, alojamiento y servicios de comida, actividades financieras, actividades de entretenimiento, y la industria manufacturera.

En ese sentido, por el lado de la oferta el choque dual afectaría en mayor medida al sector de comercio y transporte (-0,9% escenario medio vs +4,5% escenario Prospectiva), la industria manufacturera (-2,6% medio vs 2,4% en Prospectiva), este último especialmente en las actividades de refinación que se desacelerarían en 7,7 pps frente al escenario base de Prospectiva (-4,2% medio vs +3,5% base); y el sector de la minería, que también vería reducido su generación de valor agregado al contraerse en 2,1% (vs +2,3% en Prospectiva) obedeciendo al menor dinamismo en la actividad de extracción petrolera (Cuadro 4). Por otro lado, el sector de administración pública y defensa, y de información y comunicaciones, crecerían por encima del escenario base de Prospectiva debido a la mayor ejecución de gasto público (medidas para mitigar el choque dual) y a la mayor demanda de servicios de internet y banda ancha, respectivamente.

Cuadro 4: Escenarios de crecimiento por el lado de la oferta

Rama de actividad	Participación (%)	Escenario Prospectiva diciembre 2019	Escenario Optimista	Escenario Medio	Escenario Pesimista	Diferencia*
Comercio y Transporte	17.7	4.5	1.9	-0.9	-3.5	-5.3
Comercio	50.1	4.8	1.6	-1.5	-5.0	-6.3
Transporte	27.9	4.0	1.7	-1.3	-3.8	-5.3
Otros	22.0	4.3	2.9	1.2	0.5	-3.1
Industrias manufactureras	10.9	2.4	-1.2	-2.6	-4.4	-6.0
Refinación	38.3	3.5	-2.0	-4.2	-6.4	-7.7
Otros	61.7	2.2	-1.1	-2.4	-4.1	-4.6
Minería	5.5	2.3	-0.6	-2.1	-6.5	-4.4
Carbón	21.9	0.4	0.2	-3.0	-7.8	-5.6
Petróleo y gas	66.5	2.6	-1.2	-0.5	-1.8	-4.3
Otros	11.6	3.8	-0.1	-0.5	-1.8	-4.3
Actividades financieras y de seguros	4.4	4.9	3.3	2.3	0.9	-2.6
Construcción	6.3	2.6	1.7	0.5	-1.1	-2.0
Edificaciones	45.7	0.7	-1.0	-2.4	-5.4	-3.1
Obras Civiles	30.3	7.2	6.9	5.2	4.5	-2.0
Otros	24.0	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0
Actividades de entretenimiento y servicios domésticos	2.3	3.6	2.8	1.6	-3.0	-2.0
Actividades inmobiliarias	8.5	3.7	2.9	1.9	0.0	-1.8
Impuestos	9.5	3.4	2.0	1.7	0.8	-1.7
Agropecuaria	6.7	2.3	1.6	0.8	-0.3	-1.4
Cultivos transitorios	60.8	2.1	1.5	0.6	-0.8	-1.5
Otros	39.2	3.4	2.5	1.6	0.7	-1.8
Electricidad, gas y agua	3.4	3.5	2.9	2.5	2.1	-1.0
Energía Eléctrica	70.5	4.2	3.2	2.5	1.8	-1.7
Otros	29.5	2.5	2.5	2.5	2.5	0.0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	6.8	4.5	4.5	4.5	4.5	0.0
Información y comunicaciones	2.8	3.3	3.5	3.4	3.3	0.1
Administración pública, defensa y servicios sociales	15.0	3.4	4.8	4.5	4.2	1.1
Producto interno bruto		3.5	2.3	1.2	-0.4	-2.3

Fuente: Cálculos Fedesarrollo
*Sectores organizados de mayor caída a menor caída frente a escenario de Prospectiva. Participación de acuerdo con el PIB nominal de 2019.

Y no erraron el pronóstico, el PIB y otros nueve indicadores han sido afectados de manera directa por la propagación del covid-19 y las medidas de aislamiento obligatorio decretadas hasta ahora en Colombia.

Y es que era impensable al final del primer trimestre del año que la economía colombiana se impactara tanto por el virus SARS CoV2 y las medidas de aislamiento obligatorias impuestas por el gobierno nacional.

Según estimaciones del DANE la economía creció durante el primer tercio el 1.1% y respecto al mismo periodo del año anterior se contrajo en - 2,4%, perdiendo la economía 5,31 billones en ingresos.



Alcaldía de Montería

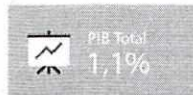
CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2020

Por sectores	Tasa de crecimiento anual	Variación intertrimestral 4 trim 2019 / 1 trim 2020	Variación intertrimestral en miles de millones
Agricultura, ganadería y caza	6,8%	2,3	\$321
Suministro de electricidad y gas	3,4%	1,5	\$99
Administración pública	3,4%	-1,9	-\$625
Actividades profesionales	2,7%	0,8	\$127
Actividades inmobiliarias	2,6%	0,2	\$37
Actividades financieras	2,1%	0,1	\$12
Información y comunicaciones	1,4%	0,2	\$15
Comercio al por mayor y menor	0,9%	-3,2	-\$1.231
Industrias manufactureras	-0,6%	-4,5	-\$1.184
Explotación de minas y canteras	-3%	-2,4	-\$261
Actividades artísticas	-3,2%	-3,9	-\$214
Construcción	-9,2%	-11,4	-\$1.686
Totales	1,1%	-2,4	-\$5.316

Tasa de crecimiento anual (%) en volumen

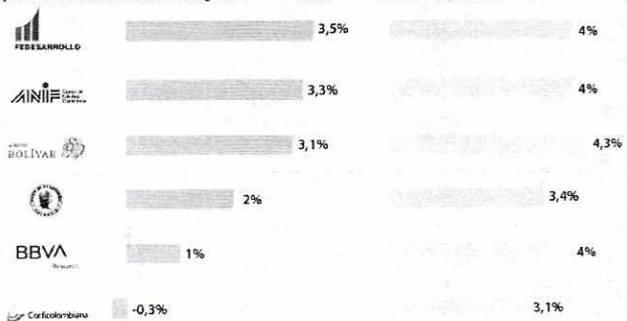


Fuente: Dane / Sondeo LR



La expectativa de los gremios oscilaba entre -2% y 3%

Proyecciones de los centros de investigación



PIB con enfoque del gasto

	2019 I / 2018 I	2020 I / 2019 I	Participación por componente del gasto 2018
Demanda final interna	4,2	-1,4	-
Gasto de consumo final	4,0	3,7	83%
Formación bruta de capital	5,1	-6,7	21%
Exportaciones	5,1	-6,1	16%
Importaciones	11,7	-2,5	21%

Gráfico LB-VT

En esta medición inter trimestral ajustada por estacionalidad, la construcción se redujo -11,4%; las industrias manufactureras, -4,5%; actividades artísticas, -3,9%; minas y canteras, -2,4% y la administración pública, defensa, salud y educación, -1,9%. La extracción de petróleo varió -0,8%, lo que también estuvo explicado por una disminución en la producción. "Pasamos de producir 80,2 millones de barriles en el primer trimestre de 2019 a 79,4 millones de barriles en el mismo periodo de 2020" dice el director del DANE. Lo que afectó el comercio exterior, pues tuvo un deterioro notable en este primer trimestre, tanto en las exportaciones (-6,1%) como en las importaciones (-2,5%). Las ventas externas fueron presionadas a la baja por la menor exportación de café y petróleo, y la caída en el ingreso de turistas extranjeros, cuyo gasto en el país se cuenta como exportación de servicios.

A nivel general el desempeño del PIB anual está explicado por una reducción en 170 puntos básicos del crecimiento del valor agregado, el cual pasó de subir 2,8% en el primer trimestre de 2019, a 1,1% en 2020.

Siendo los siguientes los sectores los que más se afectaron durante el primer trimestre.

IMPACTO DEL COVID-19 EN LAS CUENTAS NACIONALES

PIB	Primer trimestre 2020	Índice de producción industrial	Enero-marzo
1,1%		-0,3%	
Ocupación hotelera	Promedio enero-marzo	Importaciones	Enero-marzo
24,27%		-5,3%	
Desempleo	Marzo	Actividad de taladros	Promedio enero-marzo
12,6%		-8,6%	
Inflación	Promedio enero-abril	Exportaciones	Enero-marzo
3,6%		-8,7%	
		Confianza del consumidor	Promedio enero-abril
		-19,3%	

Fuente: Dane / Fedesarrollo / Emisor / Campetrol / Gráfico: LR-ER

Fuente: Diario LR. <https://www.larepublica.co/economia/este-es-el-impacto-que-ha-tenido-la-pandemia-sobre-la-economia-nacional-3006803>.

Gobierno de La GENTE

Calle 27 No. 3 - 16 / 7910720 / Montería, Córdoba
www.monteria.gov.co



Alcaldía de Montería

Un problema subyacente a los ya identificados ocurre a nivel externo con severas repercusiones en la dinámica exportadora del país y su cuenta corriente, pues una caída dramática del IPC en Estados Unidos (según BANKIAESTUDIOS.COM acusa un Shock por covid-19)², presionada por la baja demanda en el consumo de bienes, desacelera las exportaciones, y el precio interno de allá presionaría a la baja el externo de acá transado en un dólar tan volátil como el actual.

De acuerdo con este estudio, la crisis de Covid-19 sigue presionando a la baja a la inflación, que cae 0,2 p.p. en mayo, hasta 0,1%, el mínimo desde septiembre del 2015. El retroceso se explica, nuevamente, por la debilidad en los precios de la energía, transporte, vestido y calzado. La gradual reactivación de la demanda, a medida que la economía se descongela, sugiere que el dato de mayo podría ser el mínimo de este año.

	(%) a/a			contribución a/a (p.p.)	
	may.-20	abr.-20	mar.-20	may.-20	abr.-20
General	0,1	0,3	1,5	-	-
Alimentación	4,0	3,5	1,9	0,5	0,5
Energía	-18,9	-17,7	-5,7	-1,5	-1,4
Materias primas energéticas	-33,2	-31,4	-10,4	-1,5	-1,5
Gasolina (todo tipo)	-33,8	-32,0	-10,2	-1,5	-1,4
Servicios energéticos (electricidad y gas)	-0,2	-0,2	-0,5	0,0	0,0
Subyacente (sin alimentación y energía)	1,2	1,4	2,1	1,0	1,1
Bienes excl. alimentos y energía	-1,0	-0,9	-0,2	-0,2	-0,2
Vestido y calzado	-7,9	-5,7	-1,6	-0,2	-0,2
Vehículos nuevos	-0,3	-0,6	-0,4	0,0	0,0
Materias primas cuidados médicos	0,8	0,7	1,3	0,0	0,0
Bebidas alcohólicas	2,2	1,9	1,4	0,0	0,0
Tabaco y derivados	4,3	4,9	5,4	0,0	0,0
Servicios excluyendo energía	2,0	2,2	2,8	1,2	1,3
Vivienda	2,5	2,6	3,0	0,8	0,9
Alquiler vivienda habitual	3,5	3,5	3,7	0,3	0,3
Alquileres imputados	3,1	3,1	3,2	0,7	0,7
Servicios médicos	5,9	5,8	5,5	0,4	0,4
Servicios de transporte	-8,7	-5,5	-0,7	-0,5	-0,3

Fuente: Refinitiv y Bankia Estudios. Datos no ajustados por estacionalidad.

Ene se orden, la caída mundial del comercio ha pasado factura a la cadena logística en Colombia, en especial a su eslabón más débil: el de transportadores. Datos del Min transporte señalan que solo en el mes de abril se cancelaron el 19% de las salidas de contenedores previstas en todo el planeta, y para las dos primeras semanas de mayo se habían suspendido en un 34%. La disminución de carga en importaciones llegó a niveles record como la variación del -22,5% en EE.UU o de -15% en China. Incluso para Colombia la cifra fue del -10,6% el primer trimestre del año, dice el Espectador en su edición del 01-07-2020.

Boletines más recientes de la superintendencia de transporte, sobre tráfico marítimo indican que durante el primer trimestre de 2020, los principales puertos sufrieron las siguientes variaciones negativas: Cartagena (-13,5%), Santa Marta (-52,9%), Buenaventura (-29,2%), Barrancabermeja (-23,3%).

Conforme la CEPAL, coyuntura adicional es el de las cancelaciones de viajes (*blank sailings*) pues estos crecieron en abril de 2020 288% respecto del mismo mes del año anterior causados por efectos imprevisibles (falta de cupo, no tener la mercancía para fletar un barco etc.)

La reducción en la demanda de servicios de transporte de pasajeros y de servicios especiales causada por las políticas de aislamiento preventivo, como por ejemplo el acelerado desempleo empresarial, y la escolaridad en casa de manera virtual de todos los colegios del país, han impactado fuertemente el sector transporte especial automotor de pasajeros, a tal punto que la restricción de ocupación hasta del 35% de la carga habitual en el transporte público de pasajeros les deja desfinanciada su operatividad. Al bajón del recaudo, presionado por el aislamiento y distanciamiento personal, se suman los menores ingresos de los próximos meses, pues se estima que el servicio de transporte, en especial el masivo, perderá entre 1,8 y 2 billones de pesos desde ahora hasta el final de año.

No obstante, la sobre oferta causada por el aislamiento preventivo se ha visto un tanto compensada con la alta demanda de transporte que el estado, para hacerle frente a la pandemia, ha requerido para su personal de salud y de vigilancia, en tanto que otros sectores exceptuados del aislamiento para trabajadores encargados del abastecimiento de alimentos, bienes básicos y medicamentos, y quienes garantizan la prestación de servicios públicos.

2. <https://www.bankiaestudios.com/estudios/es/publicaciones/eeuu-la-inflacion-acusa-el-shock-por-covid-19.html>



Alcaldía de Montería

Sin embargo la prestación de estos servicios encarece las cuentas del sector pasajeros pues arrastran problemas financieros que la cuarentena agudizó, como el servicio de deudas financieras para renovación o adquisición de capacidad operativa, asociado a otros gastos emergentes que toca cubrir como los bienes y servicios que demandan los protocolos de bioseguridad para conductores y pasajeros. No obstante, lo que es mal para algunos es oportunidad para otros. En medio de la crisis de movilidad del transporte masivo, los servicios especiales de transporte y las plataformas económicas colaborativas juegan papel importante para cubrir las necesidades del transporte urbano. En esa medida resulta oportuna la decisión del ministerio de transporte de autorizar de forma transitoria, por Resolución 20203040001245 del 24 de abril de 2020, este tipo de vehículos especializados para la cobertura de movilidad que el transporte masivo, por sus altos costos, no puede cubrir. Como se ve, el sector transportador pasa por uno de sus momentos más críticos en la historia económica del país, exigiendo de la entidad estatal contratante realizara un estudio y análisis de costos serios y responsable a fin de pagar precios justos y racionales al contratista escogido, que estén más en sintonía con las políticas de reactivación económica y menos guiada por la especulación de precios bajos dada la sobreoferta empresarial.

Conforme, el análisis de los costos de ejecución del contrato llevado a cabo en un estudio del sector más completo y detallado anexo a estos estudios, develan, tanto desde los antecedentes del comportamiento de la oferta y demanda actuales, los históricos de contratación de la entidad, los métodos de comparación de otros procesos estatales similares y la variación estándar usada como fórmula que promediara las cotizaciones efectuadas por empresas del sector, que pese a la presumible sobreoferta el mercado sigue comportándose sobre niveles de precios razonables que poco han variado pese a la crisis del sector.

2. Técnico

Las especificaciones del objeto corresponden a las siguientes:

A. COMERCIALES Y DIFUSIÓN EN TELEVISIÓN:

ACTIVIDADES	SUBACTIVIDADES	CANTIDAD	TIEMPO	FRECUENCIA
PRODUCCIÓN, postproducción de Comercial de Televisión.	Realización de guion institucional con un mensaje de impacto.	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad
	Grabación de imágenes en formato HD Digital con calidad de broadcasting (Resolución de video: 1280 x 720 Frecuencia de muestreo: 60i (59,94) Bit rate: 24 Mbps Compresión máxima: 5:1), voces y musicalización (Frecuencia de muestreo: 44.1 Khz Resolución: 16 bits Estéreo).	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad
	Edición, montaje y finalización en sistema de edición no lineal. Entrega de master en Medio Magnético.	1	-	Dependiendo de la Necesidad
	Traficación	1	15 segundos	Dependiendo de la Necesidad
Difusión	Contratación con canales de televisión	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad

B. CUÑAS RADIALES Y DIFUSIÓN EN ESPACIOS RADIALES:

ACTIVIDADES	SUB ACTIVIDADES	CANTIDAD	TIEMPO	FRECUENCIA
PRODUCCIÓN, postproducción de cuñas radiales para diferentes campañas requerida por la administración municipal.	Realización de guion institucional con un mensaje de impacto. Grabación a dos voces, Disponibilidad de voces profesionales masculina y femenina. Grabación en estudio profesional	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad
	Contratación emisoras radiales AM	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad
	Contratación emisoras radiales FM	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad



Alcaldía de Montería

C. PUBLICACIONES EN WEB Y ESPACIOS DIGITALES:

Actividad	Tipo	Cantidad	Tamaño
Diseño y publicación de campañas y estrategias comunicacionales para medios digitales.	Diseño y Publrreportaje multimedia completo de la marca (con un promedio de 650.000 visitas mensuales). Incluye publicidad en las redes sociales y dos réplicas en la semana de la publicación.	1	Contenido página completa.
	60 publicaciones en redes sociales de alto impacto en Montería (Cuentas superiores a 30 mil seguidores). Incluye diseño.	1	500 x 500 px o Según tamaño estándar de cada red. Imágenes y video.
	Banners No Exclusivos. Incluye diseño.	1	970 x 90 px
			728 x 90 px
			300 x 600 px
			300 x 250 px
	Banner Exclusivos. Incluye diseño.	1	970 x 90 px
			728 x 90 px
			300 x 600 px
			300 x 250 px
	Aviso Pop Up. Incluye diseño.	1	550 x 480 px
	Aviso Crawler (Banner Inferior estatico). Incluye diseño.	1	990 x 100 px
	Aviso Preroll. Incluye diseño.	1	Video de 15"

D. AVISOS INSTITUCIONALES

ACTIVIDAD	MODALIDAD	TAMAÑO	CANTIDAD	PÁGINA
Diseño, diagramación y publicación en un medio impreso (Periódico) de amplia circulación regional de avisos a full color.	Avisos de campañas, convocatorias, concursos, licitaciones o cualquier otro requerimiento de la administración Municipal	5col x 27cms	1	Interior
		5col x 13.5	1	Interior
		5col x 5cm	1	Portada
		3col x 13.5cms	1	Interior
		3col x 10cm	1	Interior
		3col x 5cm	1	Portada
		2col x 10cms	1	Interior
		2col x 7cm	1	Portada
		2col x 5cm	1	Portada
		2col x 5cms	1	Interior

FICHAS TECNICAS: De acuerdo con lo preceptuado por el artículo 2.2.1.2.1.2.1. del Decreto 1082 de 2015, las fichas técnicas se indicarán en el pliego de condiciones del presente proceso de contratación, las cuales se entienden incorporadas a este documento, como las especificaciones técnicas del objeto a contratar.

Los estipulados en los estudios previos.

3. Regulatorio

- Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria: Expedido por la CONARP (Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria), 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. Conscientes de su existencia y efectividad, sus lineamientos constituyen una guía útil para quien hace publicidad y para quien recibe la información que a



Alcaldía de Montería

través de ésta se le suministra.

- Resolución 5111 DE 2017. Por la cual se establece el régimen integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones.
- DECRETO 1078 DE 2015 por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Ley 1341 de 2009. Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.
- Ley 527 de 1999. Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 1900 De 1990. Por el cual se reforman las normas y estatutos que regulan las actividades y servicios de telecomunicaciones y afines.
- Ley 72 de 1989. Por la cual se definen nuevos conceptos y principios sobre la organización de las telecomunicaciones en Colombia y sobre el régimen de concesión de los servicios y se confieren unas facultades extraordinarias al presidente de la República.
- Ley 1474 de 2011. Artículo 10. Presupuesto de publicidad. Reglamentado por el Decreto Nacional 4326 de 2011. Los recursos que destinen las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, en la divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar que implique utilización de dineros del Estado, deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos. En esta publicidad oficial se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión, tamaño y medios de comunicación, de manera tal que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos.
- Ley 1507 de 2012, "Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones"

B. ESTUDIO DE LA OFERTA

1. Identificación de Proveedores.

Las agencias o centrales de medios. "Son empresas que gestionan para sus clientes la planificación y la compra de espacios publicitarios en los distintos medios de comunicación... Hoy en día es común ver centrales independientes que sólo se dedican a la compra de medios. Entre las funciones de una agencia de medios está el asegurarse de que el mensaje publicitario llegue a la audiencia adecuada, en el lugar y momento apropiados, y al menor coste posible para el anunciante. La compra de grandes volúmenes permite a las agencias tener un mejor poder de negociación para conseguir mejores costes.

Descripción de los servicios principales contratados de acuerdo al medio de comunicación:

- Televisión: Se compran segundos.
- Prensa: Se compran columnas por centímetros.
- Revistas: Se compran páginas o porciones de las mismas.
- Radio: Aquí se pueden comprar espacios (cuñas), contratar "chivos" y patrocinar programas.
- Exterior: Se compran circuitos, es decir, conjuntos de soportes (kioscos, marquesinas, carteleras, lonas, vallas, mupis etc.) distribuidos por las ciudades.
- Internet: Existen varias modalidades de compra, las más extendidas son:
 - Se compran impresiones (CPM), cada vez que algún internauta descarga y ve el anuncio.
 - Se compran clics (CPC), cada vez que algún internauta hace clic con el ratón sobre el anuncio.
 - Se compra a porcentaje (CPA), en este caso se busca la venta de un producto y el anunciante paga a la agencia una cantidad por cada venta del producto que se consiga de un internauta que llegó a través de la publicidad online.

De acuerdo con las condiciones del mercado, las centrales de medios derivan sus ingresos no solo de la



Alcaldía de Montería

comisión que reciben por la prestación del servicio, sino de los descuentos que reciben de los medios de comunicación con los cuales pautan, de otras operaciones financieras, incluso reciben pauta bonificada, reciben descuentos adicionales por montos de inversión relacionados con sus demás clientes y, en general, sus otras negociaciones, que son aspectos del estricto manejo comercial entre la Central de Medios y los Medios de Comunicación y a los cuales no tiene acceso los anunciantes.

Empresas que proveen medios de comunicación.

Existen diferentes asociaciones y/o gremios que reúnen empresas del sector, entre ellas se encuentran Asomeditos, la IAB Colombia (Asociación Internacional sin fines de lucro de Publicidad en Internet) y la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia – ANDA. Sin embargo, en el país funciona una asociación gremial del sector publicitario que vincula alrededor de 24 empresas de servicios publicitarios como agencias creativas, de Medios, BTL, Digitales, que participan en la estrategia de los clientes.

RAZÓN SOCIAL	NIT	UBICACIÓN
UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA.	900.206.027	Bogotá
SANCHO BBDO WORLDWIDE INC SAS	890.801.783	Bogotá
GREY COLOMBIA SAS	860.008.355	Bogotá
WAVEMAKER COLOMBIA SAS	830.060.529	Cali
SISTOLE SAS	830.147.271	Bogotá
HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S	830.035.904	Bogotá
GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA S.A.S.	830.101.217	Bogotá
OMD COLOMBIA SAS	830.058.056	Bogotá
MEDIACOM SAS	830.045.427	Bogotá
MULLEN LOWE SSP3 S.A	860.524.513	Bogotá
MINDSHARE COLOMBIA SAS	830.058.081	Bogotá

Dentro del análisis de la oferta, se pudo identificar que de acuerdo con la descripción de actividades económicas CIIU, el código 7310 corresponde a "Publicidad" y el código 7320 a "Estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública". Con estas dos actividades se pudo consultar en la Superintendencia de Sociedades aquellas empresas que están vinculadas con esta clasificación.

RAZÓN SOCIAL	NIT	UBICACIÓN
MCCANN-ERICKSON CORPORATION S.A.	860.006.628	Bogotá
EFFECTIMEDIOS S A	860.015.547	Bogotá
MEDIAWISE SOLUTIONS SAS	900.057.522	Bogotá
MILLWARD BROWN COLOMBIA S.A.S.	830.108.866	Bogotá
IPSOS NAPOLEON FRANCO & CIA S A S	890.319.494	Bogotá
FOX CHANNELS COLOMBIA LTDA	830.140.775	Bogotá
INVESTIGACIÓN ASESORÍA MERCADEO S.A.S.	890.909.099	Medellín
PUBLIMETRO COLOMBIA SAS	900.438.134	Bogotá
PHD COLOMBIA S A S	900.284.732	Bogotá
MERCADEO RELACIONAL S.A.S	830.077.417	Bogotá
RMG CONNECT COLOMBIA S.A.S.	830.005.943	Bogotá
IMAGEN Y RELACIONES PUBLICAS S.A.S.	811.043.389	Bogotá
C&C ACTION MARKETING S.A.S.	830.061.561	Bogotá

Por otra parte, también se consultaron los proveedores que participaron en algunos procesos anteriores del Departamento de Córdoba y de otras entidades, entre los que se pudo identificar a:

FUNDACION AMIGOS DEL MEDIO AMBIENTE Y DE LA SALUD
FUNDACION ILUSION EN GRANDE
FUNDACION PARA LA SALUD Y TECNOLOGIA
FUNDACION VISION DIVINA DEL MAÑANA
FUNDACIÓN PISANDO FUERTE
FUNDACIÓN DIVINA DEL MAÑANA
STAMPA COMUNICACIONES
TRES TERCIOS

Gobierno de La GENTE



Alcaldía de Montería

LINK COMUNICACIONES
CARACOL S.A.
REVISTA EL CONGRESO SIGLO XXI LIMITADA
FUNDACION PROFESIONALES Y EMPRENDEDORES SOCIALES

2. Análisis de Costos y Precios.

Para los efectos pertinentes, la entidad realizó las diferentes cotizaciones con empresas dedicadas al suministro de los elementos bienes y servicios establecidos en las especificaciones técnicas y en el valor estimado, para establecer los valores de referencia de precios unitarios.

3. Los indicadores financieros y de Capacidad Organizacional son herramientas que se diseñan utilizando la información financiera de las empresas, y son necesarias para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, la capacidad de generar liquidez, los rendimientos y las utilidades de las entidades, a través de la interpretación de las cifras, de los resultados y de la información en general. Los indicadores financieros permiten el análisis de la realidad financiera, de manera individual, y facilitan la comparación de la misma con la competencia y con la entidad u organización que lidera el mercado. Recuperado en: <https://actualicese.com/2015/02/26/definicion-de-indicadores-financieros/>

La Alcaldía de Montería para el análisis de los indicadores financieros y organizacionales contenidos en el artículo 2.2.1.1.1.5.3. Del Decreto 1082 de 2015, tomó como base la información de una muestra para los indicadores financieros los procesos de **EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS, IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA DE MEDIOS Y SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**, de diferentes entidades estatales en forma aleatoria, se empleó la información de estos procesos de contratación del mismo sector, similares en su objeto, cuantía, riesgos, de la misma región y condiciones. El número de datos que compone la muestra incide significativamente en la calidad del análisis de la información. Regularmente, entre más información puede recoger la Entidad Estatal, mayor es la confianza en las conclusiones del análisis pues la muestra comprende una mejor representación del comportamiento de la variable objeto de estudio, se estableció para todos los indicadores financieros y organizacionales, la utilización de la media aritmética y la desviación estándar para caracterizar las variables y definir los indicadores.

En matemáticas y estadística, la **media aritmética**, también llamada promedio o media, de un conjunto finito de números es el valor característico de una serie de datos cuantitativos, objeto de estudio que parte del principio de la esperanza matemática o valor esperado, se obtiene a partir de la suma de todos sus valores dividida entre el número de sumandos. Cuando el conjunto es una muestra aleatoria recibe el nombre de media muestral siendo uno de los principales estadísticos muestrales.

Dados los n números $\{x_1, x_2, \dots, x_n\}$, la **media aritmética** se define como:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n}$$

La **desviación estándar** es la medida de dispersión más común, que indica qué tan dispersos están los datos con respecto a la media. ... El símbolo σ (sigma) se utiliza frecuentemente para representar la desviación estándar de una población, mientras que s se utiliza para representar la desviación estándar de una muestra.

La fórmula para la desviación estándar poblacional es:

$$\sigma = \sqrt{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (x_i - \mu)^2}$$

donde N es el tamaño de la población y μ es la media aritmética de la población.

Siguiendo lo dispuesto en el Artículo 2.2.1.1.1.5.3. Del Decreto 1082 de 2015, La Alcaldía de Montería fija los siguientes indicadores como requisitos habilitantes de capacidad financiera y Organizacional. Del promedio o media aritmética de los siguientes procesos de referencia, procesos de contratación del mismo sector, similares en su

Gobierno de La **GENTE**



Alcaldía de Montería

objeto, cuantía, riesgos, de la misma región y condiciones.

Número de Proceso	ENTIDAD	CUANTIA	TIPO DE PROCESO	OBJETO
S.I.P. 020-2019	CÓRDOBA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE MONTERÍA	\$ 300,000,000	Subasta	CONTRATAR MEDIANTE LA MODALIDAD DE OUTSOURCING EL SERVICIO DE GERENCIA Y GESTIÓN DE MEDIOS PARA DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS DE TELEVISIÓN, RADIO Y ALTERNATIVOS DEL MUNICIPIO DE MONTERÍA
009-2020	AMAZONAS - ALCALDÍA MUNICIPIO DE LETICIA	\$ 62,434,000	Subasta	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE DILVULGACION, PROMOCION, PAUTAS Y ANUNCIOS POR MEDIO DE COMUNICACIÓN RADIAL Y DE PERIFONEO, SOBRE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES QUE DESARROLLA LA ALCALDIA DE LETICIA - AMAZONAS
017/2020	AMAZONAS - GOBERNACIÓN	\$ 140,000,000	Subasta	PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE EMISIÓN Y DIVULGACIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN, MEDIOS DIGITALES Y OTROS, DE LOS DIFERENTES PLANES Y PROGRAMAS DE LA SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO DEPARTAMENTAL DEL AMAZONAS
SA-004-20	ANTIOQUIA - INSTITUTO DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE MEDELLÍN - INDER MEDELLÍN	\$ 341,941,200	Subasta	PRESTAR EL SERVICIO DE IMPRESIÓN, TRANSPORTE, INSTALACIÓN, DESINSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE PIEZAS PUBLICITARIAS DE GRAN FORMATO, DE CARÁCTER INFORMATIVO Y PUBLICITARIO GENERADO POR LA OFICINA ASESORA EN COMUNICACIONES PARA LOS DIFERENTES ESCENARIOS, PROGRAMAS Y ESTRATEGIAS DEL INSTITUTO DE DEPORTES Y RECREACIÓN -INDER
62018	NARIÑO - GOBERNACIÓN	\$ 780,262,500	Subasta	OPERAR EL PLAN DE MEDIOS PARA LA EMISION DE PAUTA PUBLICITARIA INSTITUCIONAL DE LA GOBERNACION DE NARIÑO EN CUMPLIMIENTO DE SU MISION INSTITUCIONAL EN MEDIOS RADIALES TELEVISIVOS ESCRITOS DIGITALES Y OTROS MEDIOS ALTERNATIVOS DE DIFUSION EN LOS TERMINOS QUE SE ESTABLECERAN EN EL PLIEGO DE CONDICIONES
S.A.S.I.-2020-003	NARIÑO - SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJEROS PARA LA CIUDAD DE PASTO	\$ 220,000,000	Subasta	CONTRATAR LOS SERVICIOS DE UN OPERADOR PARA LA EJECCION DEL PLAN DE MEDIOS Y ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO - UAE SETP EN LA CIUDAD DE PASTO
SDH-SIE-04-2018	BOGOTÁ D.C. - SECRETARÍA DE HACIENDA DISTRITAL	\$ 981,553,000	Subasta	PRESTAR SERVICIOS INTEGRALES REQUERIDOS PARA LA ESTRUCTURACIÓN, NEGOCIACIÓN Y EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN ATL Y BTL, SOLICITADAS POR LA SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA, TANTO EN MEDIOS TRADICIONALES DE COMUNICACIÓN, COMO EN OTROS ESPACIOS.
SA-007-2019	SUCRE - GOBERNACIÓN	\$ 100,000,000	Subasta	SUMINITRO DE PUBLICIDAD IMPRESA A TRAVES DE BIENES ELEMENTOS LITOGRAFICOS DIGITALES Y DEMAS PIEZAS PUBLICITARIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL DEPARTAMNTO DE SUCRE
SASI-018 DE 2018	META - ALCALDÍA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO	\$ 67,493,062	Subasta	IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA DE MEDIOS PARA LA DIVULGACION Y PROMOCION DE LAS ACTIVIDADES QUE DESARROLLA LA DIRECCION DE CONVIVENCIA Y DERECHOS HUMANOS DEL MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO
SASI 05-2018	ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE TURBO	\$ 95,506,000	Subasta	SUMINISTROS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN DE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL

Fuente: <https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticeManagement/Index?currentLanguage=es-CO&Page=login&Country=CO&SkinName=CCE>

Índice De Liquidez

Índice de Liquidez = Activo Corriente / Pasivo Corriente

Condición: Sí el índice de liquidez (L) es Mayor o igual ($\geq 2,36$) la propuesta se calificará HABILITADA.

Para los consorcios y uniones temporales, el cálculo se realizará tomando la sumatoria ponderada del activo corriente de cada participante en el consorcio o unión temporal, sobre la sumatoria del pasivo corriente ponderado, según porcentaje de participación en el consorcio o unión temporal de los participantes del mismo.

De conformidad con el manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los procesos de contratación expedido por la Agencia Nacional de Contratación Pública- Colombia. Compra Eficiente, LA FORMULA que se tendrá en cuenta será la siguiente:



Alcaldía de Montería

$$\text{Indicador} = \frac{\left(\sum_{i=1}^n \text{Componente 1 del indicador, } X \text{ porcentaje de participación,} \right)}{\left(\sum_{i=1}^n \text{Componente 2 del indicador, } X \text{ porcentaje de participación,} \right)}$$

ENTIDAD	INDICE DE LIQUEZ (≥)	RANGO	n	$\bar{X}$	σ^2	σ	Minimo	Maximo	Mediana	Media Acotada
CÓRDOBA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE MONTERÍA	1,70	0,50	10	2,36	4,20	2,05	0,31	4,41	1,84	1,82
AMAZONAS - ALCALDÍA MUNICIPIO DE LETICIA	2,50	1,00								
AMAZONAS - GOBERNACIÓN	8,00	1,50								
ANTIOQUIA - INSTITUTO DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE MEDELLÍN - INDER MEDELLÍN	1,40	2,00								
NARIÑO - GOBERNACIÓN	1,40									
NARIÑO - SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJEROS PARA LA BOGOTÁ D.C. - SECRETARÍA DE HACIENDA DISTRITAL	1,10									
SUCRE - GOBERNACIÓN	1,98									
META - ALCALDÍA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO	2,50									
ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE TURBO	2,00									
PROMEDIO	2,36									
VARIANZA	4,20									
DESVIACIÓN ESTANDAR	2,05									

Endeudamiento

Índice de Endeudamiento = Pasivo Total / Activo Total

El Índice de Endeudamiento deberá ser menor o igual (≤ 45,87 %) para que su propuesta sea calificada como HABILITADA.

Para los consorcios y uniones temporales, el cálculo se realizará tomando la sumatoria ponderada del pasivo total de cada participante en el consorcio o unión temporal, sobre la sumatoria del activo total ponderado, según porcentaje de participación en el consorcio o unión temporal de los participantes de este.

De conformidad con el manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los procesos de contratación expedido por la Agencia Nacional de Contratación Pública- Colombia. Compra Eficiente, LA FORMULA que se tendrá en cuenta será la siguiente:

$$\text{Indicador} = \frac{\left(\sum_{i=1}^n \text{Componente 1 del indicador, } X \text{ porcentaje de participación,} \right)}{\left(\sum_{i=1}^n \text{Componente 2 del indicador, } X \text{ porcentaje de participación,} \right)}$$



Alcaldía de Montería

ENTIDAD	ENDEUDAMIENTO (%)	RANGO	n	$\bar{X}$	σ^2	σ	Minimo	Maximo	Mediana	Media Acotada
CÓRDOBA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE MONTERÍA	56,04%	10%	10	45,87%	3,89%	19,71%	26,16%	65,58%	48,02%	46,84%
AMAZONAS - ALCALDÍA MUNICIPIO DE LETICIA	28,00%	20%								
AMAZONAS - GOBERNACIÓN	9,00%	30%								
ANTIOQUIA - INSTITUTO DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE MEDELLÍN - INDER MEDELLÍN	60,00%	40%								
NARIÑO - GOBERNACIÓN	60,00%	50%								
NARIÑO - SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJEROS PARA LA BOGOTÁ D.C. - SECRETARÍA DE HACIENDA DISTRITAL	60,00%	60%								
	75,00%	70%								
SUCRE - GOBERNACIÓN	37,70%									
META - ALCALDÍA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO	40,00%									
ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE TURBO	33,00%									
PROMEDIO	45,87%									
VARIANZA	3,89%									
DESVIACIÓN ESTANDAR	19,71%									

Razón De Cobertura De Intereses

Razón de Cobertura de Intereses = Utilidad Operacional / Gastos de Intereses

El resultado deberá **mayor o igual a ($\geq 5,52$)** veces para que su propuesta sea calificada como HABILITADO. Para los consorcios y uniones temporales, el cálculo se realizará tomando la sumatoria ponderada de la Utilidad Operacional de cada participante en el consorcio o unión temporal, sobre la sumatoria del Gasto de Intereses ponderado, según porcentaje de participación en el consorcio o unión temporal de los participantes del mismo. Para el caso que el indicador "Razón de Cobertura de Intereses", arroje como resultado "indeterminado", será válido para la administración y por lo tanto será habilitado, siempre que la cuenta "gastos de intereses" sea valor cero (0).

Para el caso de consorcios y uniones temporales, el indicador "Razón de Cobertura de Intereses" cuando arroje como resultado "indeterminado" para algún miembro del consorcio o unión temporal, será válido para la administración y por lo tanto será habilitado, su participación ponderada y su cálculo se realizará tomando la sumatoria ponderada de la Utilidad Operacional de cada participante en el consorcio o unión temporal, sobre la sumatoria del Gasto de Intereses ponderado, según porcentaje de participación en el consorcio o unión temporal de los participantes del mismo. De conformidad con el manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los procesos de contratación expedido por la Agencia Nacional de Contratación Pública- Colombia. Compra Eficiente, LA FORMULA que se tendrá en cuenta será la siguiente:

$$\text{Indicador} = \frac{\left(\sum_{i=1}^n \text{Componente 1 del indicador, } X \text{ porcentaje de participación}_i\right)}{\left(\sum_{i=1}^n \text{Componente 2 del indicador, } X \text{ porcentaje de participación}_i\right)}$$



Alcaldía de Montería

ENTIDAD	RAZON COBERTURA DE INTERESES (≥)	RANGO	n	$\bar{X}$	σ^2	σ	Minimo	Maximo	Mediana	Media Acotada
CÓRDOBA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE MONTERÍA	3,96	0,50	10	5,52	86,93	9,32	-3,80	14,84	1,85	3,15
AMAZONAS - ALCALDÍA MUNICIPIO DE LETICIA	12,30	1,00								
AMAZONAS - GOBERNACIÓN	0,00	1,50								
ANTIOQUIA - INSTITUTO DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE MEDELLÍN - INDER MEDELLÍN	0,00	2,00								
NARIÑO - GOBERNACIÓN	1,00	2,50								
NARIÑO - SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJEROS PARA LA BOGOTÁ D.C. - SECRETARÍA DE HACIENDA DISTRITAL	1,20	3,00								
SUCRE - GOBERNACIÓN	3,25									
META - ALCALDÍA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO	2,50									
ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE TURBO	30,00									
PROMEDIO	5,52									
VARIANZA	86,93									
DESVIACIÓN ESTANDAR	9,32									

Indicadores de Capacidad Organizacional

En cumplimiento del artículo 2.2.1.1.1.5.3. Del Decreto 1082 de 2015, la Capacidad Organizacional de los proponentes se acredita mediante el RUP vigente y en firme que deberá ser presentado por los oferentes. La SDM verificará el cumplimiento de los siguientes indicadores financieros a título de requisito habilitante.

Rentabilidad Sobre Patrimonio

Rentabilidad sobre patrimonio: Utilidad Operacional / Patrimonio

La Rentabilidad sobre el patrimonio expresada en porcentaje, deberá ser mayor o igual (≥ 12,18%)

Para los consorcios y uniones temporales, el cálculo se realizará tomando la sumatoria ponderada de la Utilidad Operacional de cada participante en el consorcio o unión temporal, sobre la sumatoria del patrimonio ponderado, según porcentaje de participación en el consorcio o unión temporal de los participantes de este.

De conformidad con el manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los procesos de contratación expedido por la Agencia Nacional de Contratación Pública- Colombia. Compra Eficiente, LA FORMULA que se tendrá en cuenta será la siguiente:

$$\text{Indicador} = \frac{\left(\sum_{i=1}^n \text{Componente 1 del indicador}_i \times \text{porcentaje de participación}_i \right)}{\left(\sum_{i=1}^n \text{Componente 2 del indicador}_i \times \text{porcentaje de participación}_i \right)}$$



Alcaldía de Montería

ENTIDAD	ROE (≥)	RANGO	n	$\bar{X}$	σ^2	σ	Minimo	Maximo	Mediana	Media Acotada
CÓRDOBA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE MONTERÍA	12,00%	2%	10	12,18%	1,92%	13,86%	-1,68%	26,04%	6,00%	10,00%
AMAZONAS - ALCALDÍA MUNICIPIO DE LETICIA	41,00%	4%								
AMAZONAS - GOBERNACIÓN	6,00%	6%								
ANTIOQUIA - INSTITUTO DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE MEDELLÍN - INDER MEDELLÍN	6,00%	8%								
NARIÑO - GOBERNACIÓN	1,00%	10%								
NARIÑO - SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJEROS PARA LA BOGOTÁ D.C. - SECRETARÍA DE HACIENDA DISTRITAL	2,00%	12%								
SUCRE - GOBERNACIÓN	3,00%	14%								
META - ALCALDÍA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO	0,79%	16%								
ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE TURBO	20,00%									
PROMEDIO	30,00%									
VARIANZA	12,18%									
DESVIACIÓN ESTANDAR	1,92%									

Rentabilidad Sobre Activos

Rentabilidad sobre activos: Utilidad Operacional / Activo Total

La Rentabilidad sobre activos expresada en porcentaje, deberá ser mayor o igual (≥9,26%).

Para los consorcios y uniones temporales, el cálculo se realizará tomando la sumatoria ponderada de la Utilidad Operacional de cada participante en el consorcio o unión temporal, sobre la sumatoria del Activo Total ponderado, según porcentaje de participación en el consorcio o unión temporal de los participantes del mismo.

De conformidad con el manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los procesos de contratación expedido por la Agencia Nacional de Contratación Pública- Colombia. Compra Eficiente, LA FORMULA que se tendrá en cuenta será la siguiente:

$$\text{Indicador} = \frac{\left(\sum \text{Componente 1 del indicador, X porcentaje de participación}_i\right)}{\left(\sum \text{Componente 2 del indicador, X porcentaje de participación}_i\right)}$$

ENTIDAD	ROA (≥)	RANGO	n	$\bar{X}$	σ^2	σ	Minimo	Maximo	Mediana	Media Acotada
CÓRDOBA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE MONTERÍA	7,00%	2%	10	9,26%	1,32%	11,50%	-2,24%	20,75%	3,50%	7,75%
AMAZONAS - ALCALDÍA MUNICIPIO DE LETICIA	29,00%	4%								
AMAZONAS - GOBERNACIÓN	4,00%	6%								
ANTIOQUIA - INSTITUTO DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE MEDELLÍN - INDER MEDELLÍN	3,00%	8%								
NARIÑO - GOBERNACIÓN	1,00%	10%								
NARIÑO - SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJEROS PARA LA BOGOTÁ D.C. - SECRETARÍA DE HACIENDA DISTRITAL	1,00%									
SUCRE - GOBERNACIÓN	2,00%									
META - ALCALDÍA MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO	0,57%									
ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE TURBO	15,00%									
PROMEDIO	30,00%									
VARIANZA	9,26%									
DESVIACIÓN ESTANDAR	1,32%									

Se considera que el oferente cumple con la Capacidad Financiera y Capacidad Organizacional solicitada y que está habilitado para continuar en el proceso, si obtiene en cada indicador los márgenes anteriormente establecidos.



Alcaldía de Montería

ÍNDICE	FORMULA	VALORES ACEPTABLES
Índice de liquidez	Activo Corriente / Pasivo Corriente	Igual o Mayor (≥) 2,36
Índice de endeudamiento	Pasivo Total / Activo Total	Igual o Menor (≤) 45,87 %
Razón de cobertura de intereses	Utilidad Operacional / Gastos de Intereses	Igual o Mayor (≥) 5,52 veces ó indeterminado
Rentabilidad del patrimonio	Utilidad Operacional / Patrimonio	Igual o Mayor (≥) 12,18%
Rentabilidad del activo	Utilidad Operacional / Activo	Igual o Mayor (≥) 9,26 %

C. ESTUDIO DE LA DEMANDA

1. ¿Cómo ha adquirido la Entidad Estatal en el pasado este bien, obra o servicio?

De conformidad a lo establecido en el manual para el Análisis del sector, se realiza el correspondiente análisis del comportamiento de los procesos de contrataciones anteriores en la Alcaldía de Montería, así:

Detalle del Proceso Número: S.I.P. 020-2019

CÓRDOBA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE MONTERÍA

Información General del Proceso	
Tipo de Proceso	Subasta
Estado del Proceso	Celebrado
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	[821015] Publicidad impresa
Detalle y Cantidad del Objeto a Contratar	CONTRATAR MEDIANTE LA MODALIDAD DE OUTSOURCING EL SERVICIO DE GERENCIA Y GESTIÓN DE MEDIOS PARA DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS DE TELEVISIÓN, RADIO Y ALTERNATIVOS DEL MUNICIPIO DE MONTERÍA.
Cuántía a Contratar	\$ 300.000.000
Moneda de Pago	Peso Colombiano
Tipo de Contrato	Suministro
Modalidad de la Subasta	PRESENCIAL
Lugar Físico o Virtual de la Subasta	Calle 27 No. 3-16 - oficina jurídica - contratación
Ubicación Geográfica del Proceso	
Departamento y Municipio de Ejecución	Córdoba - Montería
Departamento y Municipio de Obtención de Documentos	Córdoba - Montería
Dirección Física de Obtención de Documentos del Proceso	Calle 27 No. 3-16 - oficina jurídica - contratación
Departamento y Municipio de Entrega de Documentos	Córdoba - Montería
Dirección Física de Entrega de Documentos del Proceso	Calle 27 No. 3-16 - oficina jurídica - contratación



Alcaldía de Montería

Cronograma del Proceso	
Fecha de Inicio de la subasta	26-08-2019 10:00 AM
Fecha Límite de Entrega de Documentos Habilitantes	16-08-2019 08:05 AM
Datos de Contacto del Proceso	
Correo Electrónico	contratos@monteria.gov.co
Información de la Adjudicación del Proceso	
Calificación definitiva de los proponentes - Orden de elegibilidad	LINK COMUNICACIONES Y ASESORÍAS
Nombre ó Razón Social del proponente seleccionado	LINK COMUNICACIONES Y ASESORÍAS
Información de los Contratos Asociados al Proceso	
Número del Contrato	707-2019
Estado del Contrato	Celebrado
Objeto del Contrato	CONTRATAR MEDIANTE LA MODALIDAD DE OUTSOURCING EL SERVICIO DE GERENCIA Y GESTIÓN DE MEDIOS PARA DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS DE TELEVISIÓN, RADIO Y ALTERNATIVOS DEL MUNICIPIO DE MONTERÍA
Cuantía Definitiva del Contrato	\$290.460.000.00 Peso Colombiano
Nombre o Razón Social del Contratista	LINK COMUNICACIONES Y ASESORIAS S A S
Identificación del Contratista	Nit de Persona Jurídica No. 900484639
País y Departamento/Provincia de ubicación del Contratista	Colombia : Córdoba
Nombre del Representante Legal del Contratista	MAIRA YANETH VERGARA MARTINEZ
Identificación del Representante Legal	Cédula de Ciudadanía No. 30686961
Sexo representante legal del contratista	
Valor Contrato Interventoría Externa	\$ 00
Fecha de Firma del Contrato	27 de agosto de 2019
Fecha de Inicio de Ejecución del Contrato	28 de agosto de 2019
Plazo de Ejecución del Contrato	4 Meses
Destinación del Gasto	No Aplica
Código BPIN	
Año vigencia BPIN	
Código Rubro Presupuestal	
Nombre Rubro Presupuestal	
Valor Rubro Presupuestal	

Detalle del Proceso Número: S.I.P. 018-2018

CÓRDOBA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE MONTERÍA

Información General del Proceso	
Tipo de Proceso	Subasta
Estado del Proceso	Celebrado
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	CONTRATAR MEDIANTE LA MODALIDAD DE OUTSOURCING EL SERVICIO DE GERENCIA Y GESTIÓN DE MEDIOS PARA DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS DE TELEVISIÓN, RADIO Y ALTERNATIVOS DEL MUNICIPIO DE MONTERÍA
Cuantía a Contratar	\$ 375.000.000
Moneda de Pago	Peso Colombiano
Tipo de Contrato	Prestación de Servicios
Modalidad de la Subasta	PRESENCIAL
Lugar Físico o Virtual de la Subasta	Calle 27 No. 3-16 - oficina jurídica - contratación
Ubicación Geográfica del Proceso	
Departamento y Municipio de Ejecución	Córdoba : Montería
Departamento y Municipio de Obtención de Documentos	Córdoba : Montería
Dirección Física de Obtención de Documentos del Proceso	Calle 27 No. 3-16 - oficina jurídica - contratación
Departamento y Municipio de Entrega Documentos	Córdoba : Montería
Dirección Física de Entrega de Documentos del Proceso	Calle 27 No. 3-16 - oficina jurídica - contratación

Gobierno de La **GENTE**

Calle 27 No. 3 - 16 / 7910720 / Montería, Córdoba
www.monteria.gov.co



Alcaldía de Montería

Cronograma del Proceso	
Fecha de Inicio de la subasta	11-09-2018 10:00 AM
Fecha Límite de Entrega de Documentos Habilitantes	03-09-2018 08:05 AM
Datos de Contacto del Proceso	
Correo Electrónico	contratos@monteria.gov.co
Información de la Adjudicación del Proceso	
Calificación definitiva de los proponentes - Orden de elegibilidad	LINK COMUNICACIONES Y ASESORÍAS S.A.S.
Nombre o Razón Social del proponente seleccionado	LINK COMUNICACIONES Y ASESORÍAS S.A.S.
Información de los Contratos Asociados al Proceso	
Número del Contrato	973-2018
Estado del Contrato	Celebrado
Objeto del Contrato	CONTRATAR MEDIANTE LA MODALIDAD DE OUTSOURCING EL SERVICIO DE GERENCIA Y GESTIÓN DE MEDIOS PARA DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS DE TELEVISIÓN, RADIO Y ALTERNATIVOS DEL MUNICIPIO DE MONTERÍA.
Cuantía Definitiva del Contrato	\$375.000.000,00 Peso Colombiano
Nombre o Razón Social del Contratista	LINK COMUNICACIONES Y ASESORÍAS S.A.S.
Identificación del Contratista	Nit de Persona Jurídica No. 900484639
País y Departamento/Provincia de ubicación del Contratista	Colombia - Córdoba
Nombre del Representante Legal del Contratista	MAIRA YANETH VERGARA
Identificación del Representante Legal	Cédula de Ciudadanía No. 30686961
Sexo representante legal del contratista	
Valor Contrato Interventoría Externa	\$ 00
Fecha de Firma del Contrato	13 de septiembre de 2018
Fecha de Inicio de Ejecución del Contrato	13 de septiembre de 2018
Plazo de Ejecución del Contrato	105 Días
Destinación del Gasto	No Aplica
Código BPIN	
Año vigencia BPIN	
Código Rubro Presupuestal	
Nombre Rubro Presupuestal	
Valor Rubro Presupuestal	

2. ¿Cómo adquieren las Entidades Estatales y las empresas privadas este bien, obra o servicio?

Al revisar los archivos históricos del SECOP en <https://www.contratos.gov.co/consultas/resultadoListadoProcesos.jsp#>, se observan contrataciones con similitud o igualdad en el objeto del presente estudio del sector.

Detalle del Proceso Número: LP-GB-016 DE 2019

BOYACÁ - GOBERNACIÓN

Información General del Proceso		
Tipo de Proceso	Licitación Pública	
Estado del Proceso	Liquidado	
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	[821019] Colocación y cumplimiento de medios	
Detalle y Cantidad del Objeto a Contratar	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE UN OPERADOR LOGISTICOS PARA LA EJECUCION DEL PLAN DE MEDIOS DE LA PROMOCION Y DIFUSION DE LA CAMPAÑA "BOYACA + SEGURA EN EL BICENTENARIO" EN EL DEPARTAMENTO DE BOYACA EN LA VIGENCIA 2019	
Cuantía a Contratar	\$ 2.041.515.000	
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	5423	\$ 2.041.515.000



Alcaldía de Montería

Ubicación Geográfica del Proceso		
Departamento y Municipio de Ejecución	Boyacá: Ciénega, Cómputo, Culiva, El Espino, Garagoa, Guacamayas, Gualeque, Guacán, Iza, Jerico, La Uvita, Paz de Río, Pisba, Quipama, San Eduardo, San Mateo, Soracá, Unibla, Almeida, Chusavita, Cubará, Villa de Leyva, Pácora, Pesca, Salvandor, Siachoque, Somondoco, Tenza, Togu, Viracacha, Salén, Solatiquirí, Tibases, Tipacoque, Zafacura, Arcabuco, Bustanza, Corrales, Covarachia, Duitama, Floresta, Ramiriquí, Ráquira, Saboyá, San Pablo de Borbur, Santa María, Suta, Soacha, Soatá, Soquemo, Supacón, Teco, Tota, Tula, Cúper, Prailoba, Paga, Paga, San Miguel de Sema, Sulamanchán, Sutamenza, Tipará, Tópaga, Aquilama, Berbeo, Detéiva, Briceño, Chivata, Macanal, Monguí, Muzo, Noboa, Otanche, Sáchica, San José de Pare, Santiana, Santa Sofía, Tinjacá, Tunja, Campohermoso, Chila, El Cocuy, Pácora, Pácora, Santa Rosa de Venero, Sora, Toca, Turmeque, Tutaca, Boavita, Boyacá, Caidas, Cerniza, Chiquinquirá, Chivor, Guatá, Gachaneta, Guayutá, La Capilla, La Victoria, Miraflores, Monquirá, Molavita, Panqueba, Puerto Boyacá, Salazar, Tununguá, Ventaquemada	
Departamento y Municipio de Obtención de Documentos	Boyacá - Tunja	
Dirección Física de Obtención de Documentos del Proceso	Calle 20 N° 8-90 oficina 003 - Dirección de Contratación	
Departamento y Municipio de Entrega de Documentos	Boyacá - Tunja	
Dirección Física de Entrega de Documentos del Proceso	Calle 20 No 9 - 90 Oficina 003 - Sec. Contratación	
Cronograma del Proceso		
Fecha y Hora de Apertura del Proceso	17-09-2019 05:00 p.m.	
Fecha y Hora de Audiencia de Aclaración de Pliegos	19-09-2019 10:00 a.m.	
Lugar de Audiencia de Aclaración de Pliegos	Calle 20 No 9 - 90 Oficina 003 - Sec. Contratación	
Fecha y Hora de Cierre del Proceso	19-09-2019 10:00 a.m.	
Fecha y Hora de Audiencia de Adjudicación	10-10-2019 09:00 a.m.	
Lugar de Audiencia de Adjudicación	Calle 20 No 9 - 90 Oficina 003 - Sec. Contratación	
Información de la Adjudicación del Proceso		
Documento del proponente	Nombre Proponente	Calificación
900677188	MIACOM S.A.S.	99
Información de los Contratos Asociados al Proceso		
Número del Contrato	3576/2019 - LP 16/19	
Estado del Contrato	Liquidado	
Tipo de Terminación del Contrato	Normal	
Objeto del Contrato	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE UN OPERADOR LOGÍSTICOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA "BOYACA + SEGURA EN EL BICENTENARIO" EN EL DEPARTAMENTO DE BOYACA EN LA VIGENCIA 2019	
Cuantía Definitiva del Contrato	\$1.975.230.000.00 Peso Colombiano	
Nombre o Razón Social del Contratista	MIACOM S.A.S.	
Identificación del Contratista	Nit de Persona Jurídica No. 900677188	
País y Departamento/Provincia de ubicación del Contratista	Colombia Boyacá	
Nombre del Representante Legal del Contratista	JUAN CARLOS AVELLANEDA TAMAYO	
Identificación del Representante Legal	Cédula de Ciudadanía No. 79747916	
Sexo representante legal del contratista	Hombre	
Valor Contrato Interventoría Externa	5.00	
Fecha de Firma del Contrato	16 de octubre de 2019	
Fecha de inicio de Ejecución del Contrato	18 de octubre de 2019	
Plazo de Ejecución del Contrato	70 Días	
Fecha de Terminación del Contrato	31 de diciembre de 2019	
Fecha de Liquidación del Contrato	10 de enero de 2020	
Destinación del Gasto	Inversión	



Alcaldía de Montería

Detalle del Proceso Número: Licitación 6 de 2019

PROCURADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN (PGN)

Información General del Proceso	
Tipo de Proceso	Licitación Pública
Estado del Proceso	Celebrado
Asociado al Acuerdo de Paz	No
Régimen de Contratación	Estatuto General de Contratación
Grupo	[F] Servicios
Segmento	[82] Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes
Familia	[8210] Publicidad
Clase	[821019] Colocación y cumplimiento de medios
Detalle y Cantidad del Objeto a Contratar	SELECCIONAR AL OFERENTE QUE PRESTE EL SERVICIO PARA DESARROLLAR EL PLAN DE MEDIOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES #TRANSPARENTISMO #AVISTADOS EN MEDIOS ON Y OFF Y LAS ACCIONES DE BTL "BELOW THE LINE" PARA SENSIBILIZAR A LA CIUDADANIA SOBRE EL DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA
Cuántia a Contratar	\$ 1.700.000.000
Moneda de Pago	Peso Colombiano
Tipo de Contrato	Prestación de Servicios
Ubicación Geográfica del Proceso	
Departamento y Municipio de Ejecución	Bogotá D.C. : Bogotá D.C.
Departamento y Municipio de Obtención de Documentos	Bogotá D.C. : Bogotá D.C.
Dirección Física de Obtención de Documentos del Proceso	Cra 5 N° 15-80 Piso 3
Departamento y Municipio de Entrega Documentos	Bogotá D.C. : Bogotá D.C.
Dirección Física de Entrega de Documentos del Proceso	Cra 5 N° 15-80 Piso 3
Cronograma del Proceso	
Fecha y Hora de Apertura del Proceso	02-07-2019 09:00 a.m.
Fecha y Hora de Cierre del Proceso	06-03-2019 09:00 a.m.
Datos de Contacto del Proceso	
Correo Electrónico	contratos@procuraduria.gov.co
Ubicación de la Sala de Consulta	Cra 5 N° 15-80 Piso 3
Información de la Adjudicación del Proceso	
Calificación definitiva de los proponentes - Orden de elegibilidad	UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA
Nombre o Razón Social del proponente seleccionado	UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA
Información de los Contratos Asociados al Proceso	
Número del Contrato	179_154_2019
Estado del Contrato	Celebrado
Objeto del Contrato	EL CONTRATISTA SE OBLIGA PARA CON LA PROCURADURIA A PRESTAR EL SERVICIO PARA DESARROLLAR EL PLAN DE MEDIOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES #TRANSPARENTISMO #AVISTADOS EN MEDIOS ON Y OFF Y LAS ACCIONES DE BTL "BELOW THE LINE" PARA SENSIBILIZAR A LA CIUDADANIA SOBRE EL DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA. ASI COMO PROMOVER EL CONTENIDO DE LA LEY 1712 DE 2014 Y SUS DECRETOS REGLAMENTARIOS
Cuántia Definitiva del Contrato	\$1.700.000.000.000 Peso Colombiano
Nombre o Razón Social del Contratista	UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA
Identificación del Contratista	NIT de Persona Jurídica No. 909206027
País y Departamento/Provincia de ubicación del Contratista	Colombia Bogotá D.C.
Nombre del Representante Legal del Contratista	ANDREA CAROLINA GUZMAN RUIZ
Identificación del Representante Legal	Cédula de Ciudadanía No. 52716569
Sexo representante legal del contratista	Mujer
Valor Contrato Interventoría Externa	\$ 00
Fecha de Firma del Contrato	28 de agosto de 2019
Fecha de Inicio de Ejecución del Contrato	06 de septiembre de 2019
Plazo de Ejecución del Contrato	5 Meses
Unidad/Subunidad ejecutora (SUE)	25-01-01 - PROCURADURIA GENERAL DE LA NACIÓN - GESTION GENERAL
Número compromiso presupuestal	31119
Destinación del Gasto	No Aplica



Alcaldía de Montería

D. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

Para el cálculo del Valor Estimado del contrato de los bienes, productos y servicios del objeto del presente proyecto, se tuvo en cuenta precios del mercado para obtener el valor promedio unitario, tres (3) empresas presentaron listados de precios unitarios, una vez, verificados y clasificados dichos valores se tomó el valor promedio, teniendo en cuenta que se cumpliera con las condiciones técnicas mínimas de la normatividad vigente. La definición de los factores de evaluación y costos del proyecto, se relacionan con la magnitud de la Adquisición, dando cumplimiento a los preceptos, de transparencia, economía, celeridad, responsabilidad, buena fe, contemplados en la ley 80 de 1993. Teniendo en cuenta lo dispuesto en el Decreto 1082 del 26 de mayo de 2015 y la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector G-EES-02 emitida por Colombia Compra Eficiente el 31 de marzo de 2014, se procede a realizar un análisis del valor estimado del contrato y justificación de este.

La Alcaldía de Montería ha realizado un valor estimado basado en un estudio de mercado, consultando y solicitando cotizaciones de los servicios y bienes que se requieren, luego de analizados los datos se concluye; dicho valor estimado se hace en base a los servicios, bienes y productos que se puedan adquirir por el valor promedio unitario. Este valor incluye todos los costos e impuestos directos e indirectos derivados de la ejecución del contrato.

LINK COMUNICACIONES	STAMPA COMUNICACIONES	FLY PRODUCTION
---------------------	-----------------------	----------------

E. COMERCIALES Y DIFUSIÓN EN TELEVISIÓN:

ACTIVIDADES	SUBACTIVIDADES	CANTIDAD	TIEMPO	FRECUENCIA	LINK COMUNICACIONES	STAMPA COMUNICACIONES	FLY PRODUCTION	PROMEDIO
PRODUCCIÓN, postproducción de Comercial de Televisión.	Realización de guion institucional con un mensaje de impacto.	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad	\$ 528.000	\$ 599.000	\$ 595.000	\$ 574.000
	Grabación de imágenes en formato HD Digital con calidad de broadcasting (Resolución de video: 1280 x 720 Frecuencia de muestreo: 60i (59,94) Bit rate: 24 Mbps Compresión máxima: 5:1), voces y musicalización (Frecuencia de muestreo: 44.1 Khz Resolución: 16 bits Estéreo).	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad	\$ 1.180.000	\$ 1.320.000	\$ 1.280.000	\$ 1.260.000
	Edición, montaje y finalización en sistema de edición no lineal. Entrega de master en Medio Magnético.	1	-	Dependiendo de la Necesidad	\$ 1.635.000	\$ 1.850.000	\$ 1.735.000	\$ 1.740.000
	Traficación	1	15 segundos	Dependiendo de la Necesidad	\$ 450.000	\$ 690.000	\$ 650.000	\$ 596.667
Difusión	Contratación con canales de televisión	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad	\$ 700.000	\$ 790.500	\$ 750.000	\$ 746.833



Alcaldía de Montería

F. CUÑAS RADIALES Y DIFUSIÓN EN ESPACIOS RADIALES:

ACTIVIDADES	SUB ACTIVIDADES	CANTIDAD	TIEMPO	FRECUENCIA	LINK COMUNICACIONES	STAMPA COMUNICACIONES	FLY PRODUCTION	PROMEDIO
PRODUCCIÓN, postproducción de cuñas radiales para diferentes campañas requerida por la administración municipal.	Realización de guion institucional con un mensaje de impacto. Grabación a dos voces, Disponibilidad de voces profesionales masculina y femenina. Grabación en estudio profesional	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad	\$ 650.000	\$ 685.000	\$ 650.000	\$ 661.667
	Contratación emisoras radiales AM	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad	\$ 70.000	\$ 80.050	\$ 80.000	\$ 76.683
	Contratación emisoras radiales FM	1	30 segundos	Dependiendo de la Necesidad	\$ 146.608	\$ 196.800	\$ 195.500	\$ 179.636

G. PUBLICACIONES EN WEB Y ESPACIOS DIGITALES:

Actividad	Tipo	Cantidad	Tamaño	LINK COMUNICACIONES	STAMPA COMUNICACIONES	FLY PRODUCTION	PROMEDIO
Diseño y publicación de campañas y estrategias comunicacionales para medios digitales.	Diseño y Pubirreportaje multimedia completo de la marca (con un promedio de 650.000 visitas mensuales). Incluye publicidad en las redes sociales y dos réplicas en la semana de la publicación.	1	Contenido página completa.	\$ 2.502.500	\$ 2.856.400	\$ 2.602.500	\$ 2.653.800
	60 publicaciones en redes sociales de alto impacto en Montería (Cuentas superiores a 30 mil seguidores). Incluye diseño.	1	500 x 500 px o Según tamaño estándar de cada red. Imágenes y video.	\$ 4.147.000	\$ 4.888.547	\$ 4.860.000	\$ 4.631.849
	Banners No Exclusivos. Incluye diseño.	1	970 x 90 px	\$ 3.201.000	\$ 3.561.600	\$ 3.501.000	\$ 3.421.200
			728 x 90 px	\$ 3.340.000	\$ 3.650.000	\$ 3.403.000	\$ 3.464.333
			300 x 600 px	\$ 2.068.000	\$ 2.328.000	\$ 2.258.000	\$ 2.218.000
			300 x 250 px	\$ 1.837.000	\$ 1.980.000	\$ 1.950.000	\$ 1.922.333
	Banner Exclusivos. Incluye diseño.	1	970 x 90 px	\$ 5.962.000	\$ 6.050.000	\$ 6.000.000	\$ 6.004.000
			728 x 90 px	\$ 5.302.000	\$ 5.655.200	\$ 5.550.000	\$ 5.502.400
			300 x 600 px	\$ 5.951.281	\$ 6.100.500	\$ 6.000.000	\$ 6.017.260
			300 x 250 px	\$ 6.226.000	\$ 6.601.896	\$ 6.525.000	\$ 6.450.965
	Aviso Pop Up. Incluye diseño.	1	550 x 480 px	\$ 4.968.260	\$ 5.020.105	\$ 5.000.000	\$ 4.996.122
	Aviso Crawler (Banner Inferior estatico). Incluye diseño.	1	990 x 100 px	\$ 6.848.600	\$ 6.980.800	\$ 6.958.700	\$ 6.929.367
	Aviso Preroll. Incluye diseño.	1	Video de 15"	\$ 7.566.166	\$ 7.865.450	\$ 7.665.661	\$ 7.699.092



Alcaldía de Montería

H. AVISOS INSTITUCIONALES

ACTIVIDAD	MODALIDAD	TAMAÑO	CANTIDAD	PÁGINA	LINK COMUNICACIONES	STAMPA COMUNICACIONES	FLY PRODUCTION	PROMEDIO
Diseño, diagramación y publicación en un medio impreso (Periódico) de amplia circulación regional de avisos a full color.	Avisos de campañas, convocatorias, concursos, licitaciones o cualquier otro requerimiento de la administración Municipal	5col x 27cms	1	Interior	\$ 3.971.045	\$ 4.105.000	\$ 4.000.000	\$ 4.025.348
		5col x 13.5	1	Interior	\$ 1.842.875	\$ 2.100.000	\$ 2.000.000	\$ 1.980.958
		5col x 5cm	1	Portada	\$ 1.916.750	\$ 2.120.000	\$ 2.100.000	\$ 2.045.583
		3col x 13.5cms	1	Interior	\$ 1.267.893	\$ 1.530.000	\$ 1.500.000	\$ 1.432.631
		3col x 10cm	1	Interior	\$ 974.193	\$ 1.100.000	\$ 1.000.000	\$ 1.024.731
		3col x 5cm	1	Portada	\$ 1.210.000	\$ 1.650.000	\$ 1.450.000	\$ 1.436.667
		2col x 10cms	1	Interior	\$ 576.563	\$ 752.593	\$ 652.593	\$ 660.583
		2col x 7cm	1	Portada	\$ 1.144.000	\$ 1.845.000	\$ 1.445.000	\$ 1.478.000
		2col x 5cm	1	Portada	\$ 616.000	\$ 890.000	\$ 710.000	\$ 738.667
		2col x 5cms	1	Interior	\$ 326.379	\$ 590.000	\$ 463.000	\$ 459.793

Para constancia se firma en Montería a los veintiocho (28) días del mes de diciembre de 2020.

LUISANA RIVIERA OÑATE
JEFE OFICINA ASESORA DE PRENSA Y PROTOCOLO
MUNICIPIO DE MONTERÍA

Elaboro y proyectó: Ángel David Pérez Barrios – Economista, Esp. Gerencia Financiera.