Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

1. ANALISIS DEL SECTOR:

LA DESPACHO DEL GOBERNADOR, LA OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES, realiza el **ANALISIS DEL SECTOR** requerido conforme al artículo 2.2.1.1.1.1.6.1 del decreto 1082 de 2015 para adelantar el proceso de selección y la consecuente celebración del contrato requerido.

1.1. Aspectos legales y organizacionales

La Corte Constitucional en Sentencia C-614 de 2009, señaló que el ejercicio de funciones permanentes en la administración pública debe hacerse con personal de planta y que todo vínculo contractual para el desempeño de funciones permanentes y propias del objeto de la entidad contratante debe ser retirado de la dinámica laboral administrativa.

En sintonía con lo anterior el Consejo de Estado en sentencia de unificación SU-J025-CE-S2-2021 del 09 de septiembre de 2021, aclarada mediante sentencia del 11 de noviembre del mismo año se pronunció sobre el termino de duración del contrato estatal, indicando que *"el principio de planeación está relacionado en forma directa con el principio de legalidad, cuya observancia en la formulación de los documentos que conforman la etapa precontractual en cada proceso de selección publica es manifestación de una correcta y transparente planeación"*. En el presente proceso de contratación se garantiza que este se celebra por un término estrictamente indispensable para la ejecución del objeto.

De conformidad con la información suministrada por el Departamento Administrativo de la Función Pública y la Agencia Nacional de Contratación pública Colombia Compra Eficiente -CCE, las entidades públicas contratan prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión en un 30% en entidades de orden nacional y 70% en entidades territoriales.

1.2. Perfil requerido por la entidad

Idoneidad

A fin de satisfacer la necesidad que presenta el Departamento de Risaralda, se requiere contratar una persona con el siguiente perfil así:

Persona Natural: Tanto las persona natural o jurídica cuya actividad u objeto este relacionado con servicios de publicidad y que a su vez cuente con una amplia cobertura a nivel regional y local, así mismo con capacidad para contratar. Conforme al plan de

medios deberá garantizar en una plataforma digital de tipo periodistico informativo – con un promedio de seguidores 10.000 seguidores hasta 35.000 seguidores.

Experiencia:

Se requiere acreditar experiencia conforme al plan de medios la persona natural o jurídica garantizando que la plataforma digital ofertada tenga una creación mínima de un año.

1.3 Análisis comercial del sector terciario o de servicios.

El sector terciario de Colombia es uno de los más desarrollados. De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia (DANE), el sector terciario aloja más del 80 % de la fuerza laboral del país. En economía, el sector terciario es aquel que se encarga de las actividades de comercio, servicios y transporte. A diferencia de los sectores primario y secundario, el sector terciario no se encarga de producir sino de ofrecer y distribuir productos. Por este motivo, se le conoce como el sector del servicio.

1.3.1 Los servicios profesionales y de apoyo a la gestión.

Este subsector de los servicios se presta a empresas, entidades públicas y personas e involucra los servicios de rango ejecutivo y medio de consultoría, gestión, contabilidad y administración de empresas, los servicios publicitarios, jurídicos, tecnológicos, ingeniería y construcción, comunicación social, o de apoyo a la gestión. Este subsector terciario es uno de los que demandan mayor cantidad de mano de obra especializada o profesional, y es uno de los de mayor crecimiento en la economía colombiana en los últimos años.

1.4 Análisis de riesgos

La entidad estructuró dicho análisis a través de la matriz de riesgos que hace parte integral del presente estudio previo. (ver anexo)

1.5 Análisis de la demanda

En la presente vigencia y/o en anteriores, el departamento de Risaralda ha contratado los servicios requeridos así:

Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

AÑO	OBJETO	VALOR	PLAZO	FORMA DE PAGO
2022	"PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA REALIZAR LA DIFUSION EN UN MEDIO DIGITAL LOS RESULTADOS Y AVANCES DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS ESTRATEGICOS ENMARCADOS EN EL PLAN DE DESARROLLO RISARALDA SENTIMIENTO DE TODOS".	$32.000.000	4 Meses	Pagos parciales
2023	PRESTACION DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA LA REALIZAR LA DIVULGACION EN UN MEDIO DIGITAL DE COMUNICACIÓN, DE LA SOCIALIZACION DE LA GESTION DE LA ADMINISTRACION DEPARTAMENTAL.	$12.500.000	5 Meses	Pagos parciales

A través de la suscripción de los contratos antes indicados la entidad satisfizo su necesidad?

a) Si, toda la necesidad de la entidad fue satisfecha en los procesos anteriores para la respectiva vigencia, toda vez que se pudo cumplir con las metas establecidas para el objeto contractual y se dio cabal cumplimiento al mismo.

A través de la suscripción del contrato antes indicado, la entidad satisfizo su necesidad, toda vez que se cumplieron las metas establecidas referentes a la difusión de los resultados y avances de los programas y proyectos estratégicos enmarcados en el plan de desarrollo Risaralda sentimiento de todos".

Por lo anterior, se requiere dar difusión en medios masivos de comunicación digital, sobre los resultados y avances de los programas y proyectos estratégicos enmarcados en el plan de desarrollo, mediante la contratación de un medio de comunicación digital para la vigencia 2024.

1.6 Tipo de remuneración

Conforme al análisis de la tabla anterior, la entidad opta por pagos parciales, conforme a la ejecución del contrato, con cortes mensuales y/o proporcionales al tiempo del servicio prestado, por un valor de mensual de ***TRES MILLONES DE PESOS M/CTE ($3.000.000)*** y/o de acuerdo a las actividades ejecutadas, previo informe de prestación de servicios a satisfacción, suscrito por el supervisor del mismo, a fin que de que el supervisor pueda verificar el cumplimiento de las obligaciones contractuales previo a la autorización del pago a fin que de que el supervisor pueda verificar el cumplimiento de las obligaciones contractuales previo a la autorización del pago.

2. ESTUDIO PREVIO

EL DESPACHO DEL GOBERNADOR Y LA OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES realiza el **ESTUDIO PREVIO** requerido conforme al artículo 25, numeral 7 de la Ley 80 de 1993, y el artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015

2.1. Descripción de la necesidad.

El departamento de Risaralda, a través del Despacho de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones, dentro de su misión institucional tiene la labor de publicar y hacer partícipe a la ciudadanía de los planes, proyectos, programas y actos de gobierno departamentales, entre otros; a través de los medios de divulgación y promoción de pauta institucional, para sensibilizar y fortalecer la cultura ciudadana, la democracia y la identidad, para promover la apropiación de lo público y la recuperación de la gobernabilidad; ya que la participación es un fin esencial del estado, por lo cual se debe promover, impulsar y posibilitar la intervención de la ciudadanía en los asuntos de interés general. En esta medida se está reivindicando la participación como un elemento inherente al ejercicio de la ciudadanía, convirtiéndola a la vez en derecho y deber, en instrumento deseable para que los ciudadanos intervengan en la defensa de sus propios intereses, relacionarse con el estado y participar en la gestión de sus propios destinos colectivos.

Ahora bien, es obligación de la Administración Pública adelantar todos sus procesos contractuales con observancia de los principios de transparencia, economía, responsabilidad, celeridad, eficacia, imparcialidad, publicidad, moralidad e igualdad, toda vez que la función pública se encuentra al servicio de los intereses generales, con el fin de cumplir con los fines esenciales del estado.

El artículo 209 de la Constitución Política de Colombia establece que la función administrativa está al servicio de los interés generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación, y la desconcentración de funciones y que las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines y cometidos estatales, implementando para tal efecto los mecanismos jurídicos contemplados en la legislación vigente, formando un ciudadano activo, deliberante, autónomo y crítico, que pueda ejercer un debido control en la actividad del estado.

Como ocurre cada cuatrienio, el país inicia un proceso de transición de gobierno, lo que significa un ajuste administrativo y financiero y, sobre todo, de un redireccionamiento estratégico y de proyección de desarrollo para el departamento, producto del Plan de Gobierno que como candidatos en la contienda electoral, los hoy mandatarios, inscribieron ante las Registradurías Nacionales del país y, que deben de llevarlos a Planes de Desarrollo que estarán amparados en proyectos de Ordenanza o Acuerdos Municipales, con un horizonte de ejecución de 4 años.

Desde luego, ese Plan de Desarrollo que se construye en la administración departamental no es de mediano plazo, es una hoja de ruta del departamento en todos sus sectores y, para dejarlo estructurado, se requiere de un lapso de tiempo aproximado de seis meses, tras cumplirse las fases de alistamiento, participación ciudadana, construcción estratégica hasta la finalización del plan (documento técnico y estratégico), el cual debe estar listo en el mes de mayo – junio para su aprobación en la Honorable Asamblea y luego la sanción por parte del Gobernador.

De acuerdo a la información que se encuentra en la administración departamental frente a la estructura del nuevo "Plan de Desarrollo Departamental 2024 - 2027", se evidencia que dicha hoja de ruta estará conformada por cuatro dimensiones y 18 sectores estratégicos, tal como se observará a continuación:

Dimensión 1: Socio Cultural.

1. Sector Salud y Protección Social
2. Sector Educación
3. Sector Inclusión Social y Reconciliación
4. Sector Gobierno Territorial
5. Sector Cultura
6. Sector Deporte y Recreación

Dimensión 2: Económica y Rural - Risaralda con Desarrollo Económico y Rural; el Camino hacia un Futuro Más Próspero y Justo.

1. Sector Agricultura y Desarrollo Rural
2. Sector Comercio, Industria y Turismo
3. Sector Ciencia, Tecnología e Innovación
4. Sector Minas y Energía

Dimensión 3: Gestión del Territorio y del Medio Ambiente.

1. Sector Transporte
2. Sector Vivienda, Ciudad y Territorio
3. Sector Minas y Energía
4. Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible
5. Sector Gobierno Territorial

Dimensión 4. Buen Gobierno - Gestión y Fortalecimiento Institucional

1. Sector Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
2. Sector Gobierno Territorial
3. Sector Inclusión Social y Reconciliación

Se debe tener en cuenta, que el plan de desarrollo departamental será la hoja de ruta que permitirá el accionar del gobierno durante los próximos cuatro años, y que están reglamentados en el capítulo VIII de la Ley 152 de 1994, donde se desarrolla el artículo 31 que establece el contenido de los planes de desarrollo de las entidades territoriales, tal como se expresa en el "Documento Metodológico para Formulación Plan de Desarrollo 2024-2027:

"Los planes de desarrollo de las entidades territoriales estarán conformados por una parte estratégica y un plan de inversiones a mediano y corto plazo, en los términos y condiciones que de manera general reglamenten las Asambleas Departamentales y los

Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

Concejos Distritales y Municipales o las autoridades administrativas que hicieren sus veces, siguiendo los criterios de formulación, establecidos en la presente Ley".

Documento en el que igualmente se mencionan los Objetivos que debe cumplir dicho Plan de Desarrollo:

✓ Materializar los cambios que propuso a la ciudadanía en el Programa de Gobierno.
✓ Cumplir a cabalidad con sus funciones y competencias.
✓ Alcanzar un buen nivel de ejecución y seguimiento a las metas y los recursos de inversión con lo que dispone.
✓ Ampliar sus posibilidades de gestión a nivel nacional e internacional.

Desde luego, este Plan de Desarrollo está en proceso de construcción, por lo tanto y como lo exige la ley colombiana, se debe actuar a la luz del Plan de Desarrollo del anterior gobierno, el cual tiene vigencia hasta el día que el Gobernador actual sancione el nuevo Plan.

Por lo tanto, este gobierno que recién inició, debe acoger y continuar su actuar institucional y misional a través del Plan de Desarrollo anterior, vigencia 2020 - 2023, el cual está amparado en la Ordenanza 008 del 31 de mayo de 2020.

Dicho documento está compuesto por (4) líneas estratégicas, 13 componentes sectoriales, 28 programas y 92 subprogramas, con el que se ha buscado acercar la institucionalidad pública a los ciudadanos, incentivar la participación de estos, y garantizar la **accesibilidad a la información, facilidad en los procesos y transparencia en las actuaciones.**

Precisamente, la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones debe ceñirse a ese Plan de Desarrollo, en el que se plasmó un programa, dos subprogramas, seis metas y un Plan de Acción con 12 actividades. Dicho Plan de Acción se formuló, para responder a las metas del Plan de Desarrollo, a través de esas 12 actividades estratégicas, relacionadas con espacios de participación ciudadana en los municipios y canales de comunicación como las redes sociales y la emisora de interés público para generar esa sinergia y retroalimentación entre el Estado y la ciudadanía. Además, de actividades relacionadas con la importancia de difundir a la opinión pública y la ciudadanía, las acciones misionales y estratégicas de la administración a través de los canales propios como externos.

El fin de la comunicación pública es la informar y la participación, como se pudo observar anteriormente, los aspectos de **acceso a la información, facilidad en los procesos y transparencia en las actuaciones, es lo que marca el curso de una administración, porque** un gobierno más que cumplir la Ley, debe convertirse en un garante de los derechos de los ciudadanos, no solo desde el punto de vista de la vida, la integridad personal y la seguridad, sino, también, desde las aristas del desarrollo de la libre personalidad, de expresar sus ideas y a recibir información veraz y confiable y participar en las decisiones de gobierno.

Es por ello, que cuando se revisa la Constitución Política Colombiana, se encuentra en su Artículo 20, no solo, una serie de derechos que el ciudadano puede usar como una persona que vive en sociedad, sino, además, las herramientas que puede exigirle a su gobierno, independiente del lugar donde viva, que le permitan actuar en sus mecanismos de participación y retroalimentación y hacer parte y verse beneficiado de las acciones.

Dicho Artículo reza lo siguiente:

"Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, **la de informar y recibir información veraz e imparcial,** y la de fundar medios masivos de comunicación".

Por tal razón, es importante determinar temas estratégicos a los que debe dársele continuidad en la administración departamental y, determinar una hoja de ruta estratégica del nuevo gobierno que sea objeto de un proceso de difusión por los diferentes canales de comunicación de la entidad y, de manera especial, en los diferentes canales de comunicación masiva y de redes sociales, que se caracterizan por tener mayor y mejores alcances en grupos poblacionales específicos.

Esto es importante mencionarlo, porque independientemente del proceso que se esté surtiendo a nivel administrativo, la administración debe continuar su relación estrecha con la ciudadanía, o sea, prestándole los servicios que como estado debe garantizarle a las comunidades desde todos los sectores de atención, y eso significa, que debe informar sobre las convocatorias, lo que se está o se viene ejecutando, además, de dar a conocer los acuerdos a los que se ha llegado con las comunidades a través de los encuentros de diálogo y retroalimentación que se han adelantado para el nuevo Plan de Desarrollo.

Así mismo, continuar fortaleciendo con apoyo y con alianzas empresariales al tejido empresarial del departamento, el mismo que con su actuar institucional, garantizan que los indicadores de desempleo se mantengan o mejoren, y se vea reflejado en los

indicadores de desempeño como se mide la economía del país como es el Producto Interno y Nacional Bruto.

Sin desconocer, que ya se empiezan a vislumbrar procesos y acciones que se ejecutarán en el nuevo Plan de Desarrollo y que no solo involucran recursos del ente departamental, sino, también, nacional y que son de gran importancia para el departamento.

Desde la secretaria de hacienda, se tomó la decisión de crearse una campaña que ayudara a incentivar el pago del Impuesto Vehicular por parte de los contribuyentes que tienen matriculados sus vehículos en este ente territorial.

Dicha campaña, estuvo enfocada en garantizar un viaje para dos personas a otro país, con todos los gastos pagos. Y se hizo de esa forma, que le permitiera al contribuyente ganador, llevar a otra persona a disfrutar de ese premio, y no se sintiera desmotivado si se lo ofrecían para viajar solo.

En sus inicios, el sorteo de dicho viaje se adelantó a través de una cuponera física, la cual, contenía aproximadamente 16 empresas que ofecían un descuento en productos o servicios de todo tipo, para que el usuario los pudiera redimir en dichos establecimientos de comercio.

Adicionalmente, esa cuponera, tenía al final un formulario, en el que el contribuyente, ponía sus datos personales, información que le servía a la Secretaría de Hacienda acceder a información actualizada de esa persona que se acercaba a pagar su obligación.

Una vez diligenciada la información, el contribuyente depositaba dicho formulario en una urna, la cual, el día del presorteo, se ubicaba en el despacho del Gobernador, o en el primer piso de la Gobernación, y de allí se elegían los cinco finalistas. Luego en el sorteo, elegía al ganador del crucero o el viaje.

Y se determinó realizar dicha campaña, porque el Departamento a través de su Estatuto Tributario, no tiene autorizado hacer uso de un descuento específico para el pago del Impuesto Vehicular (Vigencia Actual), ya que se estarían tocando recursos de capital y que se requieren para inversión en el Plan de Desarrollo que aún continúa en vigencia de la vigencia 2020 – 2023.

Recursos que inclusive, para este año, estarían apalancando el nuevo "Plan de Desarrollo Departamental 2024 - 2027".

Otra campaña que es importante mencionar, y que también estaba encaminada a mejorar los ingresos, es la relacionada con Traslade la Matrícula a Risaralda, que lleva como nombre en el proyecto de Ordenanza "Rodar en Risaralda sí Paga".

Con esta campaña se ha buscado desde ese entonces, invitar y llevar a tomar una decisión de trasladar el vehículo a Risaralda, a propietarios que viven en este departamento, pero que tienen su vehículo matriculado en otro ente territorial.
En esta oportunidad, la Honorable Asamblea de Risaralda, facultó a la Gobernación a través de su Secretaría de Hacienda y la Dirección de Fiscalización, para que se adelantarán los descuentos pertinentes en el capital, por tratarse de una estrategia de recaudo, que buscaba aumentar el ingreso del impuesto en este departamento, a través de vehículos que no se encuentran inscritos en la base de datos de este territorio.

Una propuesta bastante llamativa, ya que permite un descuento del 70% para el año subsiguiente al traslado del vehículo, y un 50% adicional, para el año subsiguiente.

A la anterior propuesta, se sumó, en los últimos cinco años, la campaña llamada "Matricule su vehículo nuevo Eléctrico e Híbrido y obtenga el 40 por ciento de descuento en el impuesto vehicular durante los cinco años a partir del año de vigencia del pago".

Este descuento aplicaba solamente para los propietarios que compraran su vehículo en cualquier parte del país, pero que lo que matricularan en Risaralda para que accediera al alto descuento que se ofrecía.

Para esta vigencia se realizará nuevamente el sorteo que permita entregarle como beneficio a un contribuyente, la oportunidad de viajar con un acompañante.

Esta última, amparada en los positivos recaudos que a la fecha, se han logrado, en comparación con el recaudo de la vigencia anterior, y las constantes preguntas que hacen los contribuyentes en los diferentes puntos de pago de la gobernación, como de los demás entes de transito ubicados en Dosquebradas, Belén de Umbría y La Virginia. Además, de los diferentes bancos autorizados para dicho recaudo.

Además, se continuará con la las campañas de traslade el vehículo a Risaralda, así como la de Eléctricos e Híbridos, ya que son iniciativas encaminadas a fortalecer los ingresos de Libre Destinación que tiene el departamento, y que coadyuvan a apalancar programas y proyectos de la Administración a través de los Planes de Desarrollo, tanto el de la administración pasada, como el que se aprobará en el mes de junio para el próximo cuatrienio.

Es importante mencionar, que el Departamento de Risaralda tiene unos impuestos bastante importantes, que permiten al departamento, acceder a recursos que son ejecutados en programas y proyectos de misionalidad como estratégicos, ya que no cuentan con Destinación Específica para sectores como salud y educación.

Entre esos impuestos se mencionan los de Registro, Sobretasa a la Gasolina e impuesto vehicular, entre otros, los cuales, por Ley, están reglados como Libre Destinación, y que son una fuente de ayuda para los entes departamentales, ya que los recursos del presupuesto son finitos, y son insuficientes para todo el proceso de ejecución que requieren los planes de desarrollo.

Para entender un poco el concepto de Recursos de Libre Destinación se recurre al Consejo Nacional de Política Económica y Social - Conpes 3165 del Departamento Nacional de Planeación:

"Según la ley 617 de 2000, los ingresos corrientes de libre destinación son los ingresos corrientes excluidas las rentas de destinación específica, entendiendo por éstas las destinadas por ley o acto administrativo a un fin determinado".

Y aunque es una obligación del contribuyente hacer los respectivos pagos de esos impuestos, también es una obligación del Estado, poner en marcha todos los instrumentos de comunicación y de difusión, que permitan enterar y recordar a la ciudadanía sobre toda la oferta institucional y estratégica de la administración departamental.

Tal como se expresa en el documento "ABC Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información de la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República:

Principio de la calidad de la información. Toda la información de interés público que sea producida, gestionada y difundida por el sujeto obligado, deberá ser oportuna, objetiva, veraz, completa, reutilizable, procesable y estar disponible en formatos accesibles para los solicitantes e interesados en ella, teniendo en cuenta los procedimientos de gestión documental de la respectiva entidad.
Principio de la divulgación proactiva de la información. El derecho de acceso a la información no radica únicamente en la obligación de dar respuesta a las peticiones de la sociedad, sino también en el deber de los sujetos obligados de promover y generar una cultura de transparencia, lo que conlleva la obligación de publicar y divulgar documentos y archivos que plasman la actividad estatal y de interés público, de forma rutinaria y

proactiva, actualizada, accesible y comprensible, atendiendo a límites razonables del talento humano y recursos físicos y financieros". https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/tejiendo-justicia/Documents/publicaciones/transparencia/ABC.pdf
En términos generales, esa oferta mencionada anteriormente, y bajo los preceptos mencionados anteriormente, incluyen informar sobre lo que se viene haciendo como administración, es decir, cumpliendo lo que por mandato de Ley se debe hacer, pero además, dando a conocer toda esa oferta institucional que se tiene para el beneficio de la población.

Sin dejar de lado, este tipo de campañas, que de alguna manera están enfocadas a proteger el bolsillo de los contribuyentes, ya que el no pagar, les acarrea asumir fuertes sanciones e intereses, que disminuyen ostensiblemente la capacidad de pago de las obligaciones del hogar en quien incumple los pagos.

Por tal razón, se hace de vital importancia hacer uso de toda la estructura comunicacional de la Administración Departamental, como el ecosistema mediatico externo a la misma que permita tener una mayor difusión y cobertura de la información que se decida publicar y dar a conocer hacia la ciudadanía.

Maxime, cuando las estrategias de comunicación a poner en marcha, garantizan el ingreso de recursos que se destinan al mejoramiento de la calidad de vida de la ciudadanía, desde las madres gestantes hasta los adultos mayores.

Ya que se invierten en el mejoramiento de la infraestructura hospitalria de las eses públicas del departamento, en la infraestructura deportiva, en las ayudas humanitarias y sociales para las familias con menores condiciones de vida, al mejoramiento de la malla vial de la zona rural de los municipios, por donde transitan los empresarios del campo con los productos que garantizan la seguridad alimentaria en los centros poblados.

Los impuestos más importantes del departamento es el impuesto vehicular, sobretasa a la gasolina, estampillas, son impuestos de libre destinación, salvo que la asamblea le de una destinación especifica, pero por norma son de libre destinación, estampilla destinación especifica para los centros vida y adultos mayores, tema de cultura actores cultruales, universitario.

En consecuencia, desde la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones del Departamento, se liderará el fortalecimiento al acceso a la información pública sobre la gestión de la administración departamental, y se implementa un plan de medios de

comunicación externa, para que la ciudadanía tenga acceso ágil y en tiempo real sobre los programas, proyectos, convocatorias, informes de rendición de cuentas y jornadas comunitarias descentralizadas y otras gestiones institucionales, dando cumplimiento a las prioridades de la administración departamental en la vigencia 2024.

Y para implementar estos objetivos de comunicación pública se hace necesario la contratación de un plan de medios (que incluya medios radiales, televisivos, digitales e impresos) con un alcance local, departamental y nacional, que garanticen la efectividad de las estrategias de comunicación.

Igualmente, teniendo en cuenta que la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones no cuenta con el personal suficiente de planta para el desarrollo de las actividades requeridas, y que sus medios de comunicación propios tienen un alcance importante, pero no suficiente para masificar en todo el departamento los resultados de la gestión, se requiere contratar mediante la figura de prestación de servicios de apoyo a la gestión a personas idóneas y de carácter jurídico que tengan la experiencia y capacidad de ejecutar el plan de medios de comunicación, conforme a la normatividad vigente, al artículo 32 – numeral 3 de la Ley 80 de 1993.

Por tanto, se cuenta con una resolución del plan de medios, como instrumento y validación de los precios del mercado en materia de medios masivos de comunicación, recurso que se encuentra actualizado para la vigencia actual y permite de manera integral realizar la contratación de los diferentes medios de comunicación, que llegan a cada uno de los rincones del Departamento de Risaralda.

Es así como, para la vigencia 2024 se pone en marcha un plan de medios, con la finalidad de ampliar la cobertura y despliegue de la información de las noticias y gestión institucional en medios masivos de comunicación.

Continuando con normatividad en materia comunicacional la Ley 2345 de 30 de diciembre de 2023 tiene por objeto establecer medidas que permitan unificar la imagen de las entidades estatales a través de la implementación del Manual de Identidad Visual, prohibiendo las marcas de gobierno con el fin de impedir que se pierda la identidad institucional, además de establecer medidas que permitan la austeridad en la publicidad estatal. Por tanto, la comunicación constituye la información amplia, oportuna y transparente hacia la sociedad y los diferentes grupos de interés, en cumplimiento de los principios de transparencia y publicidad señalados en la Constitución Política.

Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

LOS RESULTADOS Y AVANCES DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS ESTRATÉGICOS ENMARCADOS EN EL PLAN DE DESARROLLO

Por lo que, la oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones del departamento requiere la difusión de los programas y proyectos que se vienen desarrollando, siendo necesario contar con medios de comunicación de buen posicionamiento en la región los cuales ofrezcan una amplia gama de servicios, como radio, televisión, escritos y digitales como redes sociales, páginas web, periódicos digitales, de manera integral, por tal razón la importancia del estudio del sector a los diferentes medios de comunicación que por sus condiciones cumplan con la necesidad de pauta publicitaria a través de los diferentes medios de comunicación enmarcados desde el plan de medios, el cual establece para medios digitales lo siguiente:

(...) **Medios Digitales y/o Redes Sociales**

Las redes sociales se han convertido en la primera fuente de consulta para los ciudadanos, la fuente más inmediata, con mejor alcance y más eficaz. Su amplio alcance y capacidad para llegar a audiencias específicas de manera efectiva (segmentación) las hacen una herramienta esencial en la comunicación. Además, las redes sociales permiten una interacción directa con la ciudadanía, lo que facilita la construcción de relaciones duraderas con el público objetivo. Asimismo, por su bajo costo en comparación con otros medios tradicionales las convierte en una herramienta rentable para difundir mensajes publicitarios y generar engagement con la gente.

Estos medios de comunicación que son de todos y para todos como Twitter, Facebook, Youtube, Instagram y blogs, nos permiten una comunicación y difusión amplia, marcando una gran diferencia con los medios tradicionales. En el mundo, en Colombia y en el departamento de Risaralda, la tendencia hacia lo digital es evidente con la creación de canales digitales como páginas web, redes sociales y canales de podcast. A través de estos medios, las noticias y el contenido viajan mucho más rápido y tienen un impacto y alcance mucho mayores que los medios tradicionales. Por esto, es de gran importancia desarrollar estrategias de publicidad para las campañas institucionales y las noticias más relevantes del Departamento.

Redes Sociales: La Gobernación de Risaralda cuenta con redes sociales institucionales, a través de los siguientes canales de comunicación:

Facebook: 75.000 seguidores

Instagram: 33.400 seguidores
X: 35.587 seguidores
Youtube: 3.620 suscriptores
TikTok: 519 seguidores

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la comunicación, el entretenimiento y la información en la sociedad colombiana. En este sentido, resulta de vital importancia que las entidades gubernamentales también se sumen a esta tendencia, y utilicen estas plataformas como canales de comunicación digital para mantener una cercanía con la ciudadanía en tiempo real.

En particular, la Gobernación de Risaralda debe tener una presencia permanente y activa en las redes sociales, pues esto que esto permite llegar a un público más amplio y diverso, y establecer un diálogo más directo y efectivo con la comunidad.

Además, el uso de las redes sociales contribuye a una mayor transparencia y rendición de cuentas por parte de la Gobernación de Risaralda, lo que sin duda sería beneficioso para fortalecer la confianza y la participación ciudadana en la gestión pública.

ESTADÍSTICAS COLOMBIA

***Informe Global Digital Report 2024 - Números globales y de Colombia.**

Conclusiones principales que se evidenciaran en la mayoría de análisis particulares de cada país:

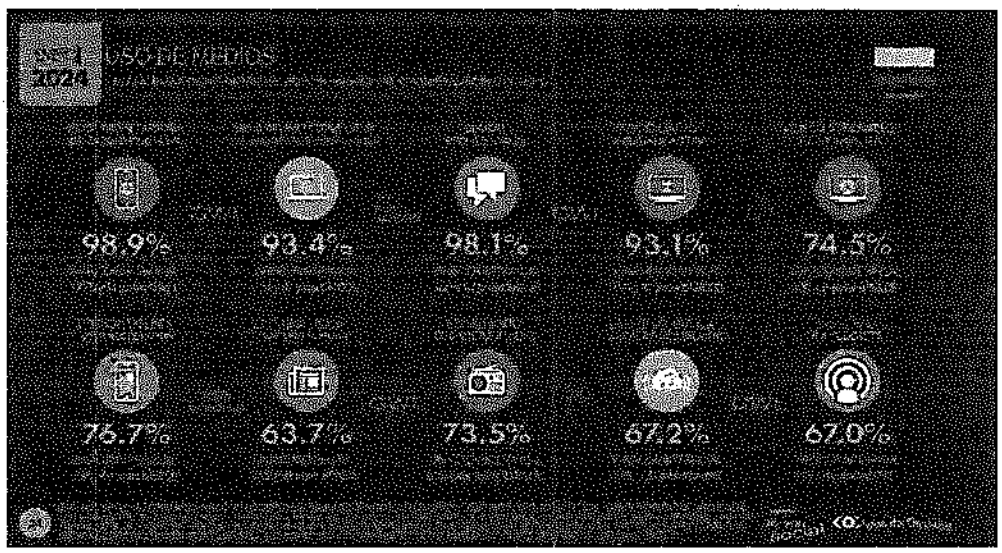
- Se alcanzó una cifra sin precedentes en la utilización de redes sociales.
- Hubo un incremento en la cantidad de tiempo que dedicamos conectados en línea.
- Se presentó un cambio en la red social "favorita" a nivel mundial, pasamos de Whatsapp a Instagram - WhastApp es más usada por ser mensajería instantánea, pero la favorita de uso es Instagram.
- La audiencia televisiva experimentó un descenso en el número de televidentes.
- Se están generando perspectivas interesantes sobre el gasto total en publicidad digital a nivel global.
- Las estadísticas relacionadas con los hashtags en TikTok son sorprendentemente altas.

Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

En el siguiente gráfico empezamos a develar lo que está pasando en el país en materia de Redes Sociales. Las gráficas nuestras comportamientos, nivel de acceso a la información y medios de acceso a la información.

El 98.8 % de la población tiene cualquier tipo de dispositivo móvil; el 66 %, tiene acceso a un computador de escritorio y un 27 % tiene una tableta. (Debemos crear contenido amigable para cualquier dispositivo)

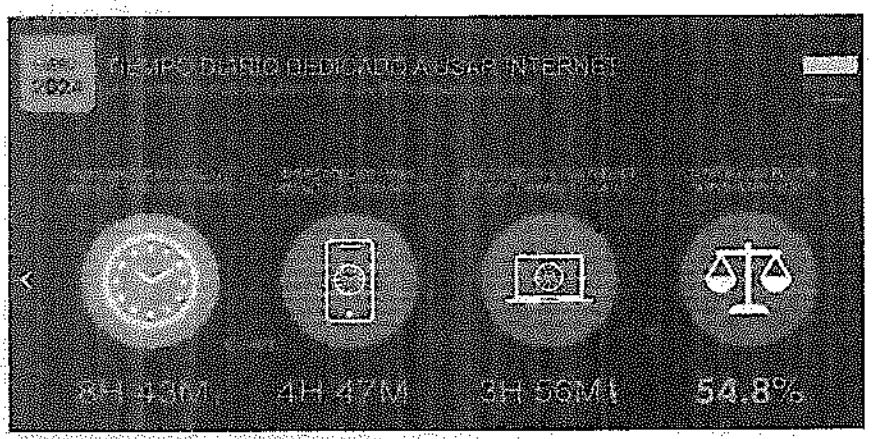
El 98 % de las personas navegan en internet a través de su celular y un computador, además el 98 % también usa redes sociales y el 93% ve televisión en línea o utiliza los servicios de broadcast. El contenido de prensa en línea se mantienen estable. La radio se contrajo en 6 %.



El tiempo de los internautas en Internet es de un promedio cercano a las nueve horas, el de redes sociales en de casi tres horas y media y leer es de hora y media. Todas representaron una disminución de tiempo con respecto al informe anterior, aunque no se trata de tiempos cortos porque representan una gran cantidad de horas diarias.

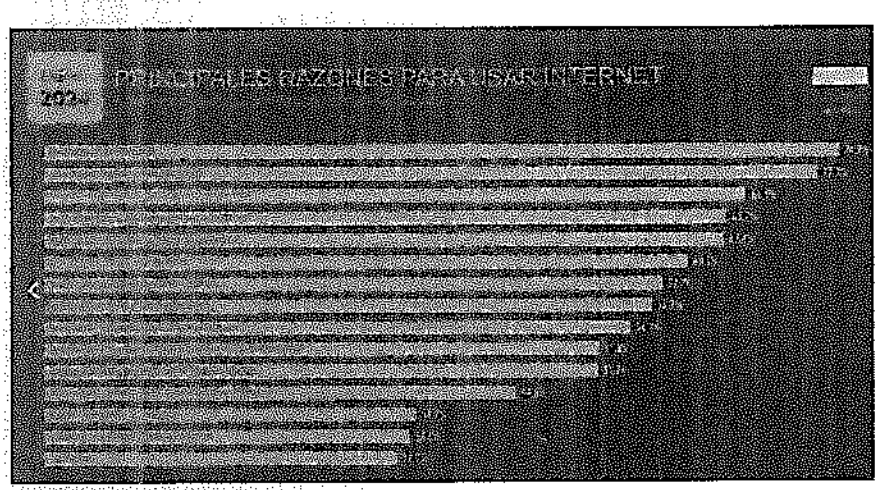
En cuanto a los dispositivos desde donde se accede al uso de la web, se revela que los teléfonos móviles ocupan el primer lugar, mientras que las computadoras y tablets se establecen en el siguiente lugar del escalafón. Básicamente, la participación de los dispositivos móviles representa el 54.8 % del total del tiempo.

Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

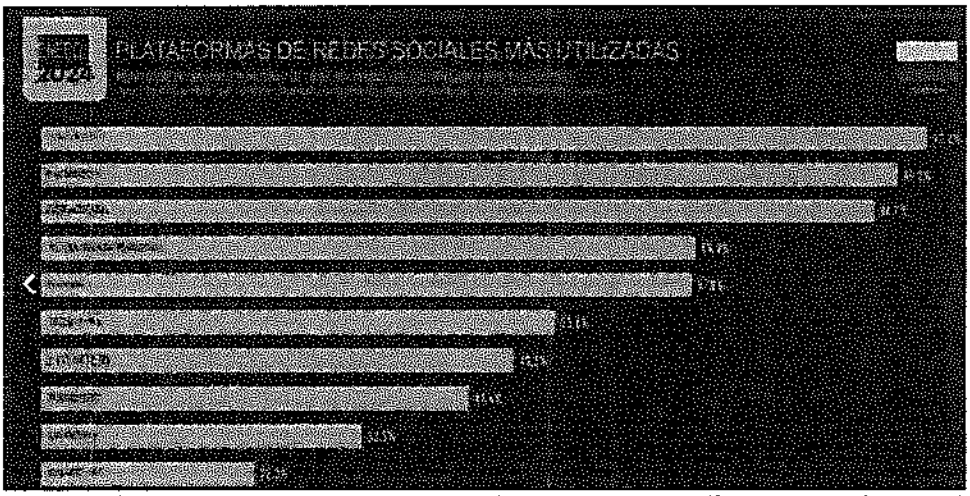


Los colombianos usan el Internet para: el 74 % lo hace para búsqueda de información, es decir, acá abarca una categoría muy general, pero es un porcentaje amplio de personas investigando que pueden terminar en la página web de una organización si responden con su contenido a intenciones de búsqueda de su sector.

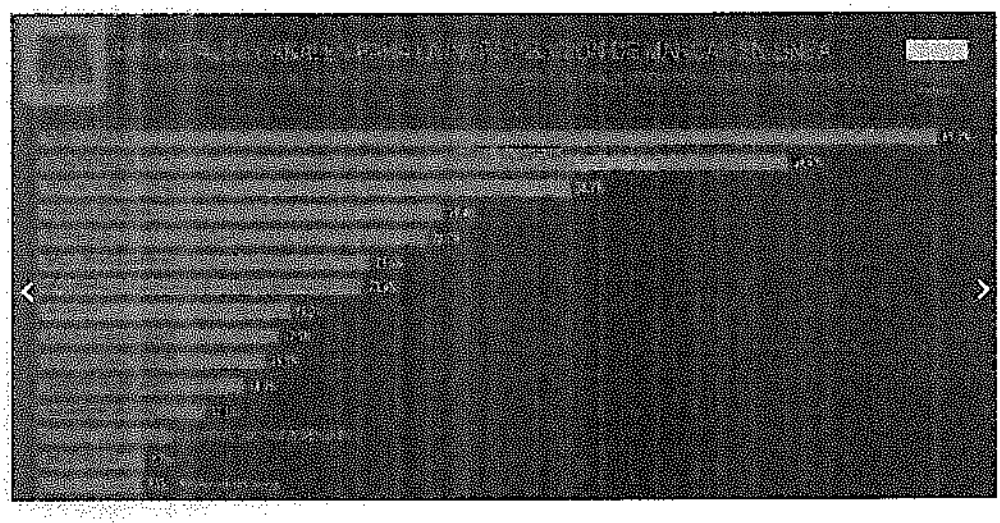
Específicamente, e 57 % lo usan para investigación de productos y marcas, en conclusión, las estrategias de marketing digital son altamente relevantes y el posicionamiento de una empresa en lo digital debe ser prioridad.



WhastApp, Facebok e Instagram, son las redes sociales más usadas en el país. Luego se destacan Facebook Messenger y TikTok. El 65.5 % de los ciudadanos usan en general las redes sociales, otro 18 %, indica que usa herramientas de pregunta / respuesta.



Las redes sociales con el 65 % son la plataforma perfecta, los motores de búsqueda llegan al 54.6 % y los sitios web de las marcas logran el 38.7 %. Las reseñas de los consumidores llegan casi al 30 % y son un punto relevante para los consumidores. Los blogs y foros también forman parte de la lista.



7. Creadores de contenido.

Los creadores de contenido, o influencers, en Colombia juegan un papel fundamental en la actualidad para posicionar una marca. A través de sus plataformas digitales, los creadores pueden llegar a audiencias específicas y generar un impacto significativo en la percepción de una marca. Su autenticidad y capacidad para conectar con sus seguidores les permite influir en las decisiones de compra y en la forma en que las personas perciben los productos o servicios.

Al asociarse con creadores de contenido locales, las marcas pueden aprovechar su influencia para llegar a segmentos específicos del mercado colombiano, generar confianza y credibilidad, y aumentar su visibilidad en un entorno altamente competitivo. Los creadores de contenido también ofrecen la oportunidad de contar historias de marca de una manera más auténtica y personal, lo que puede resonar profundamente con el público objetivo.

Los creadores de contenido en Colombia son una herramienta poderosa para las marcas que buscan posicionarse en el mercado local, ya que ofrecen la capacidad de llegar a audiencias relevantes, generar engagement y construir una conexión significativa con los consumidores.

Las actividades a contratar, que se evidencian en la presente necesidad, son requeridas para contribuir al cumplimiento de las metas definidas en el plan de desarrollo y en el Plan

de Acción de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones, para coadyuvar con la difusión de la gestión administrativa del departamento. Lo anterior en coherencia con las actividades contenidas en el proyecto **MEJORAMIENTO DE LA EFICIENCIA EN EL SISTEMA DE RECAUDO DE TODO EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA**, incluido en el plan de desarrollo.

Por tal motivo es necesario contratar un medio de comunicación que cuente con un medio digital y página web o red, con el fin de realizar la difusión de los resultados y avances de los programas y proyectos estratégicos enmarcados en el plan de desarrollo.

2.1.1 El objeto requerido fue incorporado en el Plan Anual de Adquisiciones -PAA.
2.1.2 El contrato que se pretende celebrar se encuentra dentro del plan de acción de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.

2.2 Conveniencia y oportunidad

- Una de las principales funciones de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones adscrita al Despacho del Gobernador es publicar y hacer partícipe a la ciudadanía sobre los planes de gobierno Departamentales en atención al cumplimento de su misionalidad y el desarrollo de los compromisos institucionales definidos en el Plan de Desarrollo del Departamento de Risaralda.

- Una de las principales funciones de la secretaria de hacienda es garantizar el recaudo de recursos por medio de estrategias de comunicación que fomenten el cumplimiento de las metas establecidas en el plan de desarrollo.

- Para el cumplimiento de lo anteriormente mencionado la Secretaria de Hacienda, ejecuta el proyecto de inversión **MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN, BASES DE UN GOBIERNO SOCIAL Y CON SENTIMIENTO DETODOS DEL DEPARTAMENTO DE RISARALDA**, identificado con el código **BPIR 2021003660038** que tiene entre otras actividades **REALIZAR ACCIONES DE POSICIONAMIENTO DE IMAGEN INSTITUCIONAL, RENDICIÓN DE CUENTAS Y RELACIONES PUBLICAS, APOYO EN LA GESTION DE INGRESOS Y GESTION DE PLAN DE DESARROLLO**; este proyecto de inversión es financiado con Ingresos corrientes de libre destinación. **CERTIFICADO BP-2258 del 07 de mayo de 2024.**

Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

2.3 Objeto a contratar.

DIFUSIÓN EN MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN RADIALES, TELEVISIVOS, DIGITALES, IMPRESOS Y COMUNITARIOS DE ALCANCE LOCAL, DEPARTAMENTAL Y NACIONAL, SOBRE LOS RESULTADOS Y AVANCES DE LOS0 PROGRAMAS Y PROYECTOS ESTRATÉGICOS

2.4. Obligaciones de las partes

2.4.1. Del Departamento de Risaralda.

Además de las obligaciones consagradas en la Ley 80 de 1993 y 1150 de 2007, así como las que se deriven del Decreto reglamentario y las demás normas que regulen la materia, el DEPARTAMENTO se obliga a:

2.4.1.1. Verificar previo a la suscripción del contrato (Electrónico o físico) los documentos requeridos para la contratación;
2.4.1.2. Pagar los honorarios en la forma estipulada en este contrato;
2.4.1.3. Prestar la mayor colaboración necesaria para la correcta ejecución del objeto contratado;
2.4.1.4. Poner a disposición la información y/o documentación que se requiera para la cabal ejecución del contrato;
2.4.1.5. Socializar los lineamientos sobre Seguridad y Salud en el Trabajo.

2.4.2. Del Contratista:

2.4.2.1 Obligaciones generales

2.4.2.1.1 Participar en las reuniones que para la ejecución del contrato sean convocadas.

2.4.2.1.2 Entregar periódicamente y al finalizar el contrato o cuando el supervisor lo solicite, todos los documentos y archivos (físicos y electrónicos) a su cargo y que se produzcan en ejecución de sus obligaciones, debidamente inventariados conforme a las normas y procedimientos que establezca el Archivo General de la Nación y de acuerdo con los formatos que establezca el Sistema de Gestión de la Entidad.

2.4.2.1.2.3 Cumplir con las normas de bioseguridad y reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo del **DEPARTAMENTO**, según la normatividad vigente.

2.4.2.1.2.4 Entregar para la firma del acta de inicio el examen médico ocupacional de acuerdo con el objeto a desarrollar.

2.4.2.1.2.5 Entregar el certificado de aprobación de los conocimientos básicos del curso "Integridad, trasparencia y lucha contra la corrupción" de conformidad con lo establecido en la Ley 2016 de 2020 Art 1° parágrafo 1°, bajo los lineamientos, herramientas tecnológicas y protocolos dispuestos por el Departamento Administrativo de la Función Pública.

2.4.2.1.2.6 Realizar los pagos al SISS (salud, pensión y riesgos laborales) de acuerdo con la normatividad vigente, aportando los soportes de pago los cuales deben ser validados para constatar que en efecto el pago de la planilla haya sido recibido por la entidad correspondiente y en caso de incumplimiento total o parcial, responder por las consecuencias y sanciones que disponga la ley.

2.4.2.1.2.7 Guardar reserva de la información asociada al objeto contractual que repose en bases de datos, sistemas de gestión, aplicativos, archivos magnéticos, respecto de los cuales se le haya concedido acceso mediante códigos, claves o contraseñas respondiendo penal, civil y administrativamente por su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento, durante el plazo de ejecución del contrato y dos (2) años más, conforme a las disposiciones contenidas en la Ley 1266 de 2008, la Ley 1581 de 2012, la Ley 1273 de 2009 y las demás que las complementen, sustituyan o modifiquen.

2.4.2.1.2.8 En cumplimiento con lo establecido en el Sistema de Gestión, el contratista debe contribuir a la eficacia del mismo, el cumplimiento de las políticas, los objetivos y requisitos de este y los aspectos e impactos ambientales que generan sus actividades contractuales; así mismo debe participar en actividades de implementación y fomento de un servicio de calidad y de buenas prácticas ambientales y de eficiencia energética.

PARAGRAFO PRIMERO: Propiedad Intelectual: Las partes acuerdan expresamente que los derechos patrimoniales sobre las obras realizadas por El Contratista en cumplimiento del presente contrato pertenecerán a La Entidad, incluyendo, entre otros, la reproducción, distribución, transformación, comunicación pública, puesta a disposición de forma ilimitada y cualquier otro derecho conocido o por conocerse, en todas las modalidades de

explotación y formas de utilización que sean posibles dentro del ambiente análogo, digital o cualquier otro entorno tecnológico. Igualmente, las partes acuerdan que esta transferencia de derechos patrimoniales a favor de la Entidad es en forma definitiva e irrevocable y tendrá la misma duración que establece la ley autoral vigente en Colombia para los derechos patrimoniales que se han cedido y que esta transferencia no tiene limitación alguna en cuanto a territorio se refiere, es decir que tiene alcance mundial."

PARAGRAFO SEGUNDO: Derechos Morales: De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y en el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, se respectarán los derechos del contratista.

2.4.2.2. Obligaciones Específicas

1. Publicar mensualmente Ocho (8) piezas gráficas en formato POST (Banner, imagen fija), en el medio digital contratado (Fan Page de Facebook), referentes a los avances de los programas de la administración departamental.

2. Publicar mensualmente Ocho (8) videos o spots formato reels de hasta 30 segundos en el medio digital contratado (Fan page de Facebook), referentes a los avances de los programas y proyectos de la administración departamental.

3. Asistir y transmitir mensualmente las ruedas de prensa y/o eventos que convoque la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones y despacho del gobernador, referentes a los avances de los programas y proyectos de la administración departamental

4. Divulgar mensualmente tres (3) entrevistas en el medio digital contratado (Fan Page de Facebook) con duración mínima de hasta 3 minutos cada una, con voceros autorizados por la Oficina asesora de comunicaciones, sobre avances en programas y proyectos de la administración departamental.

5. Entregar un informe mensual detallado del alcance obtenido de las noticias publicadas en las diferentes redes sociales del medio de comunicación, basado en el material suministrado por la oficina Asesora de Comunicaciones del departamento.

2.4.2.1. Fundamentos jurídicos que soportan la modalidad de selección

Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

El objeto que se requiere contratar corresponde a la prestación de servicios profesionales o de apoyo a la gestión, que de conformidad con lo establecido por el artículo 32 - numeral 3 de la Ley 80 de 1993 y el literal h) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, se celebrará bajo la modalidad de Contratación Directa.

2.5.1. Decreto de Delegación 012 del 02 de enero del 2024, por el cual se delega unas funciones para adelantar el proceso contractual y se dictan otras disposiciones.

2.5 Justificación de valor estimado del contrato

El Departamento de Risaralda a través de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones mediante la Resolución 02 de abril de 2024 Adopta El Plan De Medios y por la cual establece y señala los parámetros para el análisis del sector y de tarifas que, se deben tener en cuenta al momento de contratar pautas publicitarias.

En el plan de medios adoptado por la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones en el ítem Análisis del sector y de tarifas establece que: "... Teniendo en cuenta que cada año los precios del mercado en medios masivos de comunicación registran un incremento de acuerdo al IPC y a las nuevas tendencias de mercadeo digital, la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones, actualizó las tarifas y precios de los medios masivos de comunicación para la vigencia 2024, para lo cual realizó el respectivo análisis del sector conservando los siguientes parámetros:

- Clase de medio: Radio, Tv, Prensa Escrita, Medios Digitales y Medios Alternativos.
- Tarifas y/o precios del mercado.

Y para el análisis de tarifas, se deberán tener en cuenta los siguientes parámetros:

- Clase de medio: Radio, Tv, Prensa Escrita, Medios Digitales y Medios Alternativos.
- Tarifas y/o precios del mercado. (Analogía)
- Número mínimo y máximo de seguidores y tiempo de creación. (Medios de comunicación digital).

Como insumo en el plan de medios se establece la tabla de tarifas actualizadas, la cual se elaboró de acuerdo con las cotizaciones presentadas por los principales medios masivos de la región, en el marco de la aplicación de la calidad, la operatividad, la oportunidad, la transparencia y la efectividad de lo público; principios rectores de nuestra misión y visión como entidad pública al servicio.

Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

Conforme a las obligaciones descritas, se tomó como parámetro el tipo de medio, para este caso en concreto, medio digital; redes sociales, conforme el anexo del plan de medios número mínimo y máximo de seguidores y tiempo de creación, adicionalmente las tarifas y/o precios del mercado establecidas para los portales web.

Por tanto, la oficina asesora de prensa y comunicaciones teniendo en cuenta los criterios de selección objetiva establecidos en la necesidad, en el objeto, las obligaciones descritas en este documento y conforme lo establecido en el plan de medios para la vigencia 2024, la presente contratación tiene un valor de **NUEVE MILLONES DE PESOS M/CTE ($9.000.000)**, pagaderos mediante tres actas parciales y/o proporcionales por valor de ***TRES MILLONES DE PESOS M/CTE ($3.000.000),*** o de acuerdo a las actividades ejecutadas, previo informe de prestación de servicios a satisfacción, suscrito por el supervisor del mismo. La anterior forma de pago obedece a que esta es la manera de verificar que las actividades asignadas se cumplan de manera puntual y sobre ésta se verifica la prestación del servicio, valor que se considera proporcionado a las actividades de difusión que se deben cumplir.

2.6.1 Aspectos tributarios y financieros del contrato

TASA O ESTAMPILLA	BASE GRAVABLE	APLICA SI/NO
Tasa pro deporte y Recreación	2.5%	**SI**
Estampilla pro desarrollo	2.0%	**SI**
Estampilla Universidad Tecnológica de Pereira hacia el III Milenio	1.0%	**SI**
Estampilla bienestar del adulto mayor	3%	**SI**
Estampilla pro hospitales universitarios	2%	**NO**
Estampilla pro Cultura (Cuando el valor del contrato supere los 60 SMLMV)	1.0%	**NO**
Otras		**NO APLICA**
OTROS		
Retención en la fuente	Sobre el valor de cada pago se retendrá el valor establecido en el estatuto tributario.	
Retención en la fuente	en aquellos casos que determine la ley, sobre el	

	valor de cada pago se retendrá el valor establecido en la tabla prevista.
Retención de Industria y Comercio	Se realizará sobre cada pago en aquellos casos que determine la ley
Retención en la fuente seguridad social	Se realizará sobre cada pago de acuerdo a los plazos y criterios establecidos en el Decreto 1273 de 23 de Julio de 2018 y demás normas que la modifiquen o sustituyan

2.6 Disponibilidad Presupuestal.

El departamento de Risaralda adelantara el presente proceso con cargo a las siguientes disponibilidades presupuestales:

CERT. DISPON. PRESUPUESTAL	RUBRO PRESUPUESTAL	DESPACHO DEL GOBERNADOR- OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES
1911	***0301.2.3.2.02.02.008-446***	**$600.000.000 Afectado en $9.000.000**

2.6.1 Relación existente entre la contratación a realizar y el rubro presupuestal del cual se derivan sus recursos.

El rubro presupuestal del cual se derivan los recursos se encuentra en el presupuesto del Departamento de Risaralda bajo el código presupuestal **0301-2.3.2.02.02.008-446** denominado Servicios Prestados A Las Empresas Y Servicios De Producción, financiado con Ingresos corrientes de Libre Destinación del Departamento, siendo coherente con el objeto a contratar.

El rubro presupuestal del cual se derivan los recursos se encuentra en el presupuesto del Departamento de Risaralda bajo el código presupuestal

2.7 Forma de pago

Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

El departamento de Risaralda, cancelará el valor del contrato que se suscriba con ocasión de este proceso de la siguiente forma: Mediante tres actas parciales y/o proporcionales por valor de ***TRES MILLONES DE PESOS M/CTE ($3.000.000)*** y/o de acuerdo a las actividades ejecutadas, previo informe de prestación de servicios a satisfacción, suscrito por el supervisor del mismo. La anterior forma de pago obedece a que esta es la forma de verificar que las actividades asignadas se cumplan de manera puntual y sobre estas se verifica la prestación del servicio.

2.7.1 Anticipo y su justificación

No aplica.

2.9. Plazo de ejecución

El plazo del presente proceso contractual es de **tres (3) meses**, contados a partir de la suscripción del acta de inicio, sin exceder el 30 de diciembre de 2024.

2.10 Garantías exigidas

2.10.1 Cumplimiento: Por el veinte por ciento (20%) del valor del contrato, por el término del mismo y ocho (8) meses más. En todo caso la garantía de cumplimiento deberá mantenerse vigente hasta que se logre la liquidación del contrato.

Justificación: Es necesario solicitar las siguientes garantías, en razón a que analizadas las obligaciones y/o productos a entregar y/o naturaleza del objeto, se considera que deben existir garantías que permitan a la entidad en caso de un incumplimiento total o parcial, recurrir a la compañía de seguros y reclamar los perjuicios ocasionados. Así mismo, para la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones es necesario satisfacer la necesidad descrita, por lo que se requiere que el contratista otorgue a favor del departamento, la garantía de cumplimiento que le permita a este último estar amparado con las mismas.

2.10.2 Calidad del servicio. Por el VEINTE POR CIENTO (**20%**) del valor del contrato, por el término del mismo y seis (6) meses más.

3. Análisis del oferente

Estudio previo número: DG-OC-PM-29-2024

La Secretaría o dirección verificó los antecedentes disciplinarios, fiscales, medidas correctivas, antecedentes judiciales y demás documentos de ley exigidos en la lista de chequeo.

Revisada y validada la documentación presentada por el futuro contratista en el SIGEP y la manifestación de inhabilidades e incompatibilidades presentada por el oferente y verificado el cumplimiento de los requisitos de capacidad, idoneidad y/o experiencia requerida para la prestación del servicio y el cubrimiento de la necesidad reportada, se considera conveniente y oportuno celebrar el contrato aquí descrito, así mismo se verificó el cumplimiento de los topes, alternativas o exoneraciones establecidas en la tabla de honorarios vigente.

Se firma en Pereira junio 26 de 2024,

FIRMA
JORGE HUMBERTO ARBOLEDA H
Secretario Privado

FIRMA
JULIÁN MUÑOZ LENIS
Jefe Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones

Proyectó: Elizabeth Pérez Meneses
Contratista.

Visto bueno: Abogado Despacho