01 JUL 2025

RESOLUCIÓN NÚMERO 0994

**"POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA EL PLAN DE MEDIOS DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE DOSQUEBRADAS- RISARALDA PARA LA VIGENCIA 2025"**

EL ALCALDE DEL MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS - RISARALDA en ejercicio de las facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas en los articulos 209 y 315, numeral 3 de la Constitución Política; el artículo 29 de la ley 1551 de 2012 y la Ley 2345 de 2023,

CONSIDERANDO

*a.* Que el artículo 311 de la Constitución Política establece: "...Al municipio como entidad fundamental de la división político -administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes..."

*b.* Que el artículo 209 de la Constitución Política Colombiana, manifiesta que la función administrativa está al servicio de los intereses 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.

*c.* **Que el articulo 20 de la Constitución Política manifiesta que 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.

d. Que la Ley 1437 de 2011 o Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (CPACA) establece en su artículo 3° numeral 9 que en virtud del principio de publicidad, las autoridades darán a conocer al público y a los interesados, en forma sistemática y permanente, sin que medie petición alguna, sus actos, contratos y resoluciones, mediante las comunicaciones, notificaciones y publicaciones que ordene la ley, incluyendo el empleo de tecnologías que permitan difundir de manera masiva tal información de conformidad con lo dispuesto en este Código.

e. Que la Ley 1712 de 2014, Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones, contiene los postulados y principios que aplican a la transparencia en la información pública, destaca entre ellos el principio de la **divulgación proactiva de la información**, que indica que 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.

f. Que la **comunicación informativa** 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.

g. Que la información acerca de la razón de ser de la entidad se ha dado a conocer a través de boletines, comunicados de prensa, página web, medios escritos, radiales, televisivos y digitales, entre otros.

h. Que un gobierno abierto es un gobierno transparente, un gobierno que fomenta y promueve la rendición de cuentas ante la ciudadanía y que proporciona información sobre lo que está realizando y sobre sus planes

de desarrollo, así mismo, un gobierno colaborativo que implica y compromete a los ciudadanos y otros actores, internos y externos a la administración, en su propio trabajo.

*i.* Que, en virtud de las anteriores consideraciones de carácter general, el Municipio de Dosquebradas, adopta mediante el presente acto administrativo el Plan de Medios, como una herramienta de consulta y obligatorio cumplimiento, en la contratación y divulgación de las acciones y actos de gobierno, a fin de cumplir con las normas de austeridad en el gasto público y las establecidas en la Ley de Austeridad en la publicidad estatal. De conformidad con los siguientes aspectos de carácter técnico:

**1. Análisis de la necesidad:**

La Constitución de 1991 dotó a la comunidad de múltiples mecanismos de participación ciudadana, como herramientas que hacen posible su injerencia en la dirección de los designios políticos y sociales de su entorno más directo. La falta de conocimiento, empuje, dinamismo, aplicación y difusión de estos instrumentos impiden que los ciudadanos sin distingos culturales o educativos tengan acceso cotidiano a su ejercicio. Por el contrario, el conocimiento de lo público permite a la ciudadanía coadyuvar, decidir, controlar e incidir en el manejo de lo político y lo público, que permita recuperar la gobernabilidad.

Teniendo como base los mecanismos de participación consagrados en la Constitución Política, se hace necesario crear las condiciones para que, en el municipio de Dosquebradas, surjan nuevos ciudadanos más solidarios en lo social, más productivos en lo económico y más participativos en lo político.

En este sentido, para dar a conocer la información de la administración municipal y fomentar la participación como elemento importante para la apropiación de lo público, es necesario identificar los canales por los cuales se comunicará desde lo misional hasta lo estratégico, y, sobre todo, que permita que el ciudadano tenga garantías de feedback, que se sienta incluido en las decisiones.

Lo anterior se soporta, en que la Administración Municipal dentro de su misión institucional tiene la labor de dar a conocer y hacer partícipe a la ciudadanía sobre los planes, proyectos, programas y actos de gobierno municipales, así como las diferentes campañas institucionales, entre otros; a través de la difusión en los medios propios como externos de las diferentes campañas institucionales, páginas web y otros, 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.

Por esta razón, desde la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones de la administración municipal de Dosquebradas, diseño un plan de medios y pauta, cuya finalidad será la difusión en medios masivos de comunicación de los contenidos digitales, audiovisuales, sonoros y escritos, creados en el marco de las acciones que se adelantarán en la divulgación de la gestión institucional, los procesos de relacionamiento público y de participación ciudadana, entre la administración municipal y la ciudadanía.

Es así, que para fortalecer el acceso a la información pública sobre la gestión de la información municipal, es necesario recurrir a los medios que actualmente tiene la administración municipal al igual que a los diferentes medios de comunicación masivo y digitales, con el fin de que la ciudadanía pueda acceder a información real y en tiempo real sobre las convocatorias, balances y otras gestiones misionales, lo que le da pie al plan de medios y pauta con el que se logrará tener cobertura y despliegue de información noticiosa y gestión en el ámbito comunitario, digital, radial, televisivo, impresos, redes sociales, con el que se impacte los lineamientos del plan de desarrollo del cuatrienio.

Con la divulgación en medios masivos de comunicación, de los programas y proyectos que quedaron plasmados en el Plan de Desarrollo Transformemos a Dosquebradas 2024 – 2027" y el Plan de Ordenamiento Territorial de Dosquebradas 2024-2035, se logrará el objetivo de la comunicación pública enfocada en informar y generar los mecanismos de vinculación de la ciudadanía, en las acciones y decisiones del gobierno municipal.

Para la vinculación de los medios de comunicación a los propósitos encomendados por la administración municipal en el ejercicio de gobierno, se requiere la adopción de un plan de pauta en medios, que permita seleccionar

bajo los principios constitucionales y las normas de contratación, los medios de comunicación que deseen participar de los procesos de selección que, para el efecto, adelante el municipio, con miras a dar respuesta a la necesidad de llegar a los grupos de interés y lograr que estos reciban el mensaje que se requiere divulgar.

Se debe tener en cuenta que, con la expedición del presente acto, la administración municipal se ajusta a lo establecido en la Ley 2345 de 2023, por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno, y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal.

**2. Análisis del rating**

El objetivo principal de la administración municipal es llegar a distintas audiencias, especialmente a públicos objetivos, ya que existe la necesidad de lograr una amplia divulgación de la información de sus planes, proyectos y ejecuciones y, sobre todo, mejorar la interacción y participación ciudadana a través de los canales propios de la entidad u otros que existen externamente.

Es por ello que, desde la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones, se estipula la necesidad de cubrir con los contenidos propios de la administración a la población que reside y son oriundos del municipio de Dosquebradas, a la población que reside, pero no es oriunda del municipio. Además, de los ciudadanos de esta municipalidad que viven en otras regiones del país y del extranjero, para lo cual se requiere utilizar y fortalecer los medios de comunicación propios de la administración municipal y hacer uso y determinar otros mecanismos de información y divulgación externos a la misma, que permitan tener una mayor y extensa permeabilidad de la información que se dé a conocer en esos públicos que no son de la administración.

Otra arista a tener en cuenta en este proceso es la promoción turística del municipio, un aspecto que no se puede ver solo desde el territorio municipal y departamental, sino, desde un espectro nacional e internacional, si es del caso, porque la oferta que se diseñe desde la administración, debe ser dada a conocer en la mayor cantidad de audiencia externa que se pueda, porque lo importante es cautivar esa demanda de otras regiones o países, como lo han demostrado

otros municipios de este territorio y a los que las estadísticas de visitas externas los favorecen. Sin desconocer, a la población propia del municipio, con el fin de fortalecer el sentido de pertenencia por lo propio.

Así las cosas, es determinante cubrir las audiencias de los distintos medios de comunicación: televisivos, radiales, impresos, digitales y alternativos. Para ello, se hace necesario contar con los diferentes instrumentos de análisis de los mismos, que permitan determinar las fortalezas de audiencia que tienen, y, de esta forma, determinar los valores presupuestales con los que se puedan contratar.

Por lo tanto, las decisiones que se tomen, estarán amparadas en los instrumentos de estudio más reconocidos para cada industria mediática, entre ellos: Estudio General de Medios (EGM); Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR); el estudio que realiza el Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (Ibope), los cuales son reconocidos ampliamente en los medios de comunicación, en el sector empresarial y el ámbito académico, tal como se puede observar en el artículo virtual "El enigma de las audiencias de medios" escrito por Lisbeth Fog Corradine y publicado en la revista Pesquisas Javeriana del portal Pontificia Universidad Javeriana del 10 de agosto del año 2017:

"Los investigadores identificaron el estudio más reconocido por cada industria mediática. Así, expertos en cada medio analizaron cómo se miden comercialmente las audiencias de las publicaciones impresas, como periódicos y revistas, a través del Estudio General de Medios (EGM); los oyentes de las emisoras de radio de AM y FM, por medio del Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR); los televidentes con el estudio que realizan Kantar Media y el Instituto Brasilero de Opinión Pública y Estadística (Ibope); ComScore para los sitios de internet de grandes empresas mediáticas colombianas, y Cadbox para los públicos que asisten a salas de cine". Nota: https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/el-enigma-de-las-audiencias-de-medios/

Además, se tendrán en cuenta los sondeos, estadísticas e interacciones que se adelanten a través de los propios medios: Para las redes sociales (Facebook (Fanpage), Instagram (Perfiles), X (Cuenta), YouTube (Cuenta). Las estadísticas de análisis para la toma de decisiones, serán las que se pueden observar en la página inicial y en la data interna de cada red social como son: Seguidores, Me

Gusta, Alcances o interacciones. **Para la vigencia 2025, tendrá prevalencia el número de seguidores y visualizaciones.**

Para la vigencia 2025, se tendrá como prevalencia el número de seguidores y visualizaciones, toda vez que esto conlleva a garantizar un mayor impacto, permitiendo que el mensaje llegue a más personas en menos tiempo, siendo las métricas como número de seguidores, reproducciones o interacciones son indicadores objetivos que sustentan la elección.

Se debe aclarar, que el plan de pauta en medios tiene por objeto concebir, analizar y seleccionar de acuerdo a los precios del mercado, los canales de comunicación que se contratarán para dirigir los mensajes publicitarios hacia los públicos objetivos en el momento y lugar más oportuno.

**3. El análisis del mercado**

Para esta vigencia, la resolución cuenta con unos nuevos ajustes que permiten tener procesos de evaluación más claros, eficientes, efectivos y fáciles de comprender, frente a tarifas de los medios y a los montos a determinar para el proceso de pago; por esta razón, en esta resolución, se plasmaron las métricas, análisis de impacto, seguidores y estandarización de medios.

Por esta razón, en esta resolución, se hará una revisión rigurosa y técnica de las cotizaciones que presenten los distintos medios de comunicación a la administración municipal a través de los modelos de medición y estandarización de medios y precios que se plasmaron en dicho documento, en concordancia con los planes de medios desarrollados en anteriores vigencias por la Administración Municipal y que fueron avalados por los responsables de los conceptos técnicos, jurídicos y financieros del momento.

No se debe desconocer que, para definir la distribución de la pauta publicitaria en los medios de comunicación, se elaboraron diferentes modelos de tarfias y condiciones que responden a las realidades de alcance e impacto de los diferentes espacios, puesto que cada medio tiene un horario y una audiencia e impacto diferente.

Es de comentar, que este Plan de Medios permitirá la identificación de los medios de comunicación que están en concordancia con el procedimiento

establecido por la Ley 80 de 1993 y sus decretos reglamentarios y bajo los principios constitucionales legales que rigen la actividad del Estado a través de sus agentes.

Lo que se pretende divulgar a través de dicho Plan de Medios es: información oficial, campañas institucionales, promoción de programas y proyectos gubernamentales, actos de gobierno, acciones misionales y estratégicas y diferentes actividades realizadas por la administración municipal y que están inmersas en el Plan de Desarrollo y el Plan de Ordenamiento Territorial de Dosquebradas 2024-2035.

Para elegir el medio de comunicaciónn a través del cual se pautará, la Oficina Asesora de Comunicaciones del Despacho del alcalde, determinará las campañas y/o información que se difundirá en la vigencia de la resolución y el presupuesto disponible para contratar los medios de comunicación.

La publicidad no solo se efectuará en medios de comunicación con operación especifica en el municipio de Dosquebradas, también, en los que tienen injerencia en regiones cercanas al municipio, como Pereira, Santa Rosa de Cabal, La Virginia, Marsella, con el fin de abarcar la población dosquebradense que reside en esos municipios y que merecen recibir información de esta localidad.

Además, de medios de comunicación con alcance regional, nacional y el exterior, cuando se trate de acciones o campañas estratégicas del municipio.

## 4. Identificación de medios de comunicación

### Escritos

**- De carácter nacional:** Se considera que se debe publicar en medios escritos a nivel nacional que impacten en sectores del país por su trayectoria y experiencia en medios, como lo son: La República, El Espectador y El Tiempo y, otros como Semana, Cambio, Portafolio, Avianca, Cotelco, Revista El Congreso, entre otros.

Frente a estas empresas no se puede tener un valor promedio de publicaciones en relación a los medios regionales e independientes, por tratarse de empresas nacionales, cuyas publicaciones varían de acuerdo a la imagen del mismo

medio, el tipo de trabajo que realicen, el tiraje, las regiones que focalicen, etc. Además, cada medio maneja tarifas y formas de cotizar muy diferentes, por lo cual la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones establecerá el nivel de impacto, calidad de la publicación y si el valor es conveniente para la Administración Municipal.

- **De carácter regional:** En el departamento de Risaralda existen dos medios impresos de alto alcance e importancia: El Diario del Otún, que hasta hace pocos meses tuvo como nombre, El Diario, el cual es un periódico de circulación diaria con las noticias, análisis y todas las secciones de un medio de interés general; y el periódico Q'hubo, un medio de interés general con un enfoque al público popular debido a su alto contenido de periodismo judicial. En el caso de El Diario del Otún, lo avalan sus más de 43 años de historia, más el rediseño y fusión de los dos periódicos tradicionales que había en la ciudad hasta el año 2016: El Diario del Otún y La Tarde.

Estos gozan de alta credibilidad y reconocimiento, con un importante alcance en los distintos sectores sociales. Así las cosas, se considera que por tratarse de los dos medios de comunicaciónn escritos más importantes del departamento, no se pueden comparar sus tarifas o hallar equivalencias, por lo cual, de acuerdo a la campaña institucional y/o información que se pretenda divulgar, la Oficina Asesora de Comunicaciones determinará la conveniencia y el valor a pautar.

- **Independientes:** esta prensa hace parte de los medios de comunicación independientes de menos cobertura, lo que permite promediar las tarifas de las pautas publicitarias.

También a nivel regional encontramos revistas que circulan en algunos municipios del Departamento y lugares aledaños, las cuales, informan a la comunidad sobre los hechos sociales, políticos, culturales, entre otros.

Entre estas publicaciones que entran a ser parte de los medios alternativos o independientes se encuentran Destino Café, Enfoque del Café, D´paseito, que tienen buena cobertura en la región, por su contenido y alcance, mientras que Espectacular 2.000, entre otras, de menor impacto, influyen en sectores populares y otras partes de Risaralda, cada una con sus características específicas y periodicidad diferente.

**5. Cuñas radiales, entrevistas y/o microinformátivos**

**Estaciones de amplia cobertura:**
En el Departamento como en el resto del país, existen tres medios radiales nacionales de gran cobertura: Radio Cadena Nacional S.A - RCN; Caracol Primera Cadena Radial Colombiana S.A. y Organización Radial Olímpica, los cuales cuentan con una amplia trayectoria tanto a nivel nacional como en Risaralda.

Para estas empresas existen unas tarifas básicas y otras de carácter especial en las que no se puede tener un valor promedio de emisión, por tratarse de grupos de medios nacionales que, por su trayectoria y amplio reconocimiento, definen enfoques y estrategias en las que no se pueden medir por un valor estándar, sino que son definidas por el número y el horario de las emisiones, en las que además incide el tipo de público al que se quiere llegar, la emisora a través de la cual se quieran emitir las cuñas, entre otros factores.

También se debe decir que, la mayoría de estas cadenas radiales nacionales son incluidas por la Administración Municipal en la elaboración del Plan de

Pauta en Medios para la vigencia 2025.

La Administración Municipal para la elaboración del Plan de Medios en la vigencia 2025, recopilará varias propuestas de medios radiales regionales, locales y comunitarios, donde se podrá observar el valor de las cuñas, transmisiones especiales, publicaciones en redes, entre otros ítems.

Es de aclarar que, en ningún caso los incrementos en las tarifas que se pagarán superan el IPC registrado durante esa vigencia por el Banco de la República.

- **Medios locales y regionales:** Para la administración municipal es de suma importancia pautar en medios radiales, toda vez que estos brindan la oportunidad de dar a conocer la información en el momento que está sucediendo y, además, porque tienen un gran alcance y aceptación, su cobertura es muy amplia, cuentan con un alto nivel de audiencia y una alta frecuencia. Adicionalmente, garantizan en una gran proporción impactar la audiencia que vive en la zona rural.

En este aspecto de lo local y regional, es importante aclarar que hay periodistas independientes que manejan espacios en alquiler en las emisoras, por mencionar algunas: Antena de los Andes, Azúcar Stéreo, Que Buena 92.1 FM, Ecos 1360, Antena Dos de RCN Radio, emisoras comunitarias, entre otras, etc.

**5. Comerciales de televisión y microinformáticos**

Anunciar en televisión implica llegar a otros segmentos poblacionales bastante importantes, a quienes no solo se llega con un mensaje auditivo, sino, además, con imagen, generando un impacto adicional de lo que se quiere enseñar. Es por ello que, la Oficina Asesora de Comunicaciones identifica la importancia de vincular a los distintos medios televisivos.

En la región se destaca la preponderancia y prestigio del canal regional Telecafé, en el que se emiten informativos tradicionales para la región tales como: Telecafé Noticias, TVA Noticias, UNO A Noticias por mencionar algunos de sus programas.

Sin desconocer, entre otros medios a Mundo Visión, que se ha ganado un espacio importante en el departamento en materia de agenda informativa.

Estos informativos se destacan por presentar programación basada en informativos y entretenimiento incluyendo formatos de opinión, actualidad, politica, economia, magazines y entrevistas.

5.1. **Medios Comunitarios**

En este aspecto se tiene en cuenta a las emisoras comunitarias y a los canales de televisión locales, que facilitan el acceso a la información de los habitantes de los municipios en los cuales no llegan todos los medios tradicionales, ni la internet, por diferentes aspectos, como los geográficos, pues a pesar de la tecnologia, las ondas electromagnéticas y las características técnicas que se requieren para tener señal en todos los lugares de la geografía regional, aún no son del todo posibles.

Así las cosas, llegar a toda la poblaciónn a través de las emisoras comunitarias y de los canales de televisión locales, es de gran relevancia para el Municipio de Dosquebradas, pues a través de estos medios se obtiene mayor cobertura para

conocimiento masivo de los proyectos, campañas, avances de obras e información importante, que tiene que dar a conocer la Administración.

Teniendo en cuenta esto y la situación de los municipios, la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones concluye que la radiodifusión comunitaria y los canales locales de tv, son la forma precisa de llegar a los sectores alejados, pues estos medios tienen en cuenta a los grupos sociales representativos de cada municipio, su producción y acceso son baratos, tienen gran alcance en cada localidad y no son excluyentes.

**8. Medios Digitales y/o Redes Sociales**

Las redes sociales se han convertido en la primera fuente de consulta para los ciudadanos, la 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 convierten en una herramienta rentable para difundir mensajes publicitarios y generar engagement con la gente.

Las redes sociales son los medios de comunicación de todos para todos, con X, TikTok, Facebook, YouTube e Instagram se logra una comunicación y difusión bastante amplia y con una gran diferencia de los medios tradicionales.

Desde la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones de la Alcaldía de Dosquebradas se pretende aprovechar los alcances y gran efectividad de los portales de noticias digitales del departamento, como un instrumento de divulgación rápido, masivo y eficaz, gracias a su funcionamiento las 24 horas del día, los siete días a la semana.

**Estadísticas Colombia**

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

Conclusiones principales que se evidencian 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 - WhatsApp es más usada por ser mensajería instantánea, pero la favorita de uso es Instagram.
- 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.

En el siguiente gráfico iniciamos a develar lo que está pasando en el país en materia de Redes Sociales. Las gráficas muestran 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. (Se debe 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 mantiene 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 es 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.




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, el 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.



WhatsApp, Facebook 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.



MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

**9. 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 especificas 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, servicios y gestiones.

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 en 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.

Y este aparte no solo es para las empresas del sector servicio o de venta, también, es una posibilidad para el sector público, que les permita tener otra posibilidad de conexión con la comunidad, más creativa, más cercana y de mejores resultados en cuanto a interacción.

Por lo tanto, será una posibilidad a tenerse en cuenta en el Plan de Medios, para ser utilizados, cuando se vea la necesidad frente a un programa o proyecto especifico de la Alcaldia de Dosquebradas.

**10. Buscadores y canales de video en Internet**

De igual forma, se tendrá en cuenta el proceso de potenciar los buscadores y canales de video en Internet que aún continúan siendo una tendencia creciente en pauta.

## 11. Medios Alternativos

También se deben contemplar otro tipo de canales de comunicación que ayudan a cumplir con la aplicación del Mix de Medios, que en términos generales busca mejorar el impacto de los mensajes en diferentes audiencias.

Por tal razón, los Medios Alternativos son importantes tenerlos en cuenta, ya que estos se caracterizan por los servicios de publicidad móvil y en pantallas como: pantallas móviles, cine, en vehículos, centros comerciales o terminales de transporte.

Igualmente, abarcan el mobiliario urbano, dummies, pantallas y uso de flashmob (Acción organizada por un grupo de personas y convocada normalmente a través de las redes sociales para promocionar algo que se ejecuta por sorpresa y con cotidianidad en un lugar público y durante un breve espacio de tiempo). Fuente: https://www.um.es/neologismos/index.php/v/neologismo/2045/flashmob#:~:text=Definici%C3%B3n,un%20breve%20espacio%20de%20tiempo.

## 12. Análisis del Sector y de Tarifas

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 de comunicación para la vigencia 2025, para lo cual realizó el respectivo análisis del sector conservando los siguientes parámetros:

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

- Cobertura, alcance, visualizaciones.
- Número de seguidores.

Aclarando, que el incremento del IPC también dependerá de las condiciones económicas de la administración municipal y quedará a potestad de los propietarios de los medios las condiciones que se planteen en su momento.

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

- Valor de cuñas radiales (15, 20 y 30 segundos, transmisiones especiales de 15 minutos)
- Valor de la emisión de los especiales.
- Valor de publicaciones de medios escritos si son por páginas, medias páginas, cuartos de páginas.
- Valor de pautas o mensajes para televisión comerciales de 15, 20 y 30 segundos y transmisiones especiales de 5 y 10 minutos.
- Valor de banner publicado o aviso en páginas web, y redes sociales, transmisiones en Facebook live, que tienen como complemento la publicación de audiovisuales o avisos institucionales.

Para la ejecución del Plan de Medios se tendrán en cuenta las propuestas presentadas por los medios que aceptaron la participación de acuerdo con la convocatoria que se les hiciera para tal fin y se aclara que, las tarifas expuestas en los formatos que diligenciaron serán el tope máximo del valor que se considera para cada medio relacionado.

Que, en mérito de lo expuesto,

**RESUELVE**

**ARTÍCULO PRIMERO**: Adóptese el plan de pauta en medios de comunicación masiva en la Administración Municipal de Dosquebradas - Risaralda para la vigencia 2025, el cual se construyó con la participación de los diferentes medios de televisión, prensa, radio, digitales y alternativos que consta de las tarifas actuales que regirán para la contratación de la pauta institucional, documentos anexos que hacen parte integral del presente acto administrativo:

| | ACTIVIDAD A COTIZAR |
|---|---|
| 1 | **PAUTA EN MEDIOS ESCRITOS:** Los medios de comunicación escritos son formas de difusión de información y noticias que se transmiten a través de textos impresos en diferentes formatos como periódicos, revistas y folletos. Una pauta en medios escritos se refiere al espacio publicitario o editorial reservado y diseñado para la inserción de anuncios o contenidos específicos en periódicos, revistas u otros medios impresos. |
| 2 | **PAUTA EN MEDIOS RADIALES:** Los medios de comunicación radiales son canales de difusión de información y entretenimiento que utilizan la radio como plataforma principal para transmitir programas, noticias y música a través de ondas electromagnéticas. La pauta en medios radiales se refiere al tiempo publicitario reservado y programado para la transmisión de anuncios comerciales en estaciones de radio. |
| 3 | **PAUTA EN MEDIOS TELEVISIVOS:** Los medios de comunicación televisivos son canales de difusión audiovisual que transmiten información, entretenimiento y contenido a través de las señales de televisión, utilizando imágenes y sonido para llegar a una audiencia televisiva. La pauta en medios televisivos se refiere al espacio de tiempo reservado para la emisión de anuncios comerciales durante la programación televisiva. |
| 4 | **PAUTA EN MEDIOS DIGITALES Y/O REDES SOCIALES:** Los medios de comunicación digitales incluidas las redes sociales son plataformas en línea donde se comparte información, noticias, contenido multimedia y se interactúa con otros usuarios a través de internet. La pauta en medios digitales incluido las redes sociales se refieren a la estrategia planificada para promocionar contenido e información a través de anuncios pagados o publicaciones específicas en plataformas digitales como Facebook, Instagram y TikTok. |

**ARTÍCULO SEGUNDO**: A través de este Plan de Medios se ejecutará la contratación de los medios de comunicación virtuales (plataformas de redes sociales), radiales, prensa escrita, televisiva, de acuerdo con la siguiente tabla:

**Redes sociales**

La Alcaldía de Dosquebradas ha contado con un ecosistema digital desde hace varios años atrás, el cual le ha permitido crear una comunidad bastante amplia, que se convierte en su público activo y cautivo.

Desde luego, esas mismas redes han ido en aumento desde la vigencia anterior, gracias a una estrategia digital que por primera vez se plasmó por escrito y que ha permitido estar a la vanguardia con el lenguaje y lógica universal de las redes sociales, que hoy se puede evidenciar en publicaciones llamativas y creativas.

Adicionalmente, en dicha estrategia digital, se tomó la decisión de crear un nuevo perfil en una red que antes se veía lejana, como es el caso de TikTok, pero que a hoy ya cuenta con más de 5.948 seguidores.

Otro de los aspectos a destacar de este ecosistema Digital, es que se ha aprovechado sus funcionalidades, entre ellas, sus transmisiones en vivo, especialmente en diferentes eventos de impacto social y comunitario, en los que el alcalde y sus secretarios han tenido contenido importante para dar a conocer a la ciudadanía.

Al realizar una revisión general de dicho ecosistema, se corrobora que ya tiene una comunidad superior a los 83.859 seguidores o suscriptores, pero que, para este caso, lo importante no es la cantidad, sino la calidad de dichos seguidores o suscriptores, los cuales tomaron la decisión de dar seguir por cuenta propia, que en lenguaje digital se conoce como orgánicos.

Ese balance mencionado se refleja en las siguientes estadísticas de las diferentes redes sociales:

Facebook: 30 abril 2025 (37.801 seguidores) / 13 junio 2025 (39.900).

Instagram: 30 abril 2025 (26.277 seguidores) / 13 junio 2025 (28.240 seguidores).

X: 8.231 seguidores.

Youtube: 1.540 suscriptores.

TikTok: 30 abril 2025 (1.672 seguidores) / 13 junio 2025 (5.948 seguidores).

Pero no solo es importante hablar de los seguidores, también es relevante tener en cuenta otras estadísticas que tiene cada red, que permiten conocer cuál es el comportamiento interno que tienen, como es el caso de datos relacionados con: lugares, sexo y edades.

Como ejemplo práctico, se toma en cuenta la red social de Instagram y Facebook, dos de las redes que más seguidores tienen en la Alcaldía de Dosquebradas. La primera con 28.240 seguidores, mientras que la segunda con 39.900, y que permiten observar unos datos importantes que ayudan a tomar decisiones estratégicas frente a los contenidos a publicar, a qué audiencias impactar y qué otras volverlas cautivas, entre otros aspectos.

Para ejemplificar lo anterior, se tiene en cuenta la plataforma de seguimiento de las redes sociales, como es metricool.com, evidenciándose que Instagram, entre el 23 de marzo al 24 de junio, presentó las siguientes estadísticas:



01 JUL 2025
-0994-

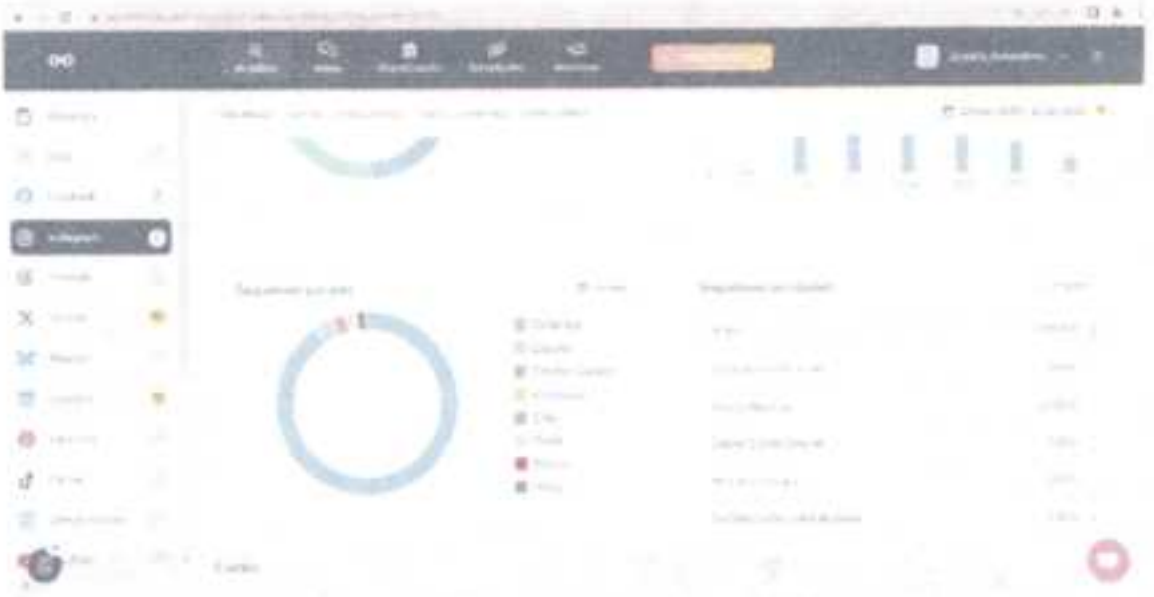
23

MUNICIPIO DE
**DOSQUEBRADAS**

PRENSA Y
**COMUNICACIONES**







En la plataforma de www.metricool.com red social de Facebook también se reflejan algunas estadísticas importantes, que han servido de insumo para reorientar contenidos y mensajes de la administración departamental. Las cifras que se pueden observar son las siguientes:



01 JUL 2025
-0994-

MUNICIPIO DE
DOSQUEBRADAS | PRENSA Y
COMUNICACIONES







Se debe aclarar dos aristas de la herramienta digital Metricool, la primera, tiene que ver con el uso de la misma, ya que esta, para ser utilizada, le exige al usuario para ingresar un registro de asignación de usuario y clave.

Y la segunda, es que esta herramienta es utilizada tanto por las empresas privadas como públicas, ya que las personas responsables de esta pueden

realizar análisis, gestionar y planificar estrategias a través de las diferentes redes sociales, además, de realizar publicidad on line.

Pero adicional a lo anterior, también permite acciones como programar diferentes publicaciones a lo largo del mes o del año, revisar y sacar conclusiones sobre el rendimiento de todo el contenido que se ha publicado y generar informes claros y concisos sobre el comportamiento general de las redes.

En términos generales, de lo que se ha hablado hasta el momento de las redes sociales, se puede concluir que, estas, 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 Alcaldía de Dosquebradas se ha tomado en serio la necesidad de tener una presencia permanente y activa en las redes sociales, pero, además, de fortalecerlas, puesto que, esto permite llegar a un público más amplio y diverso y, establecer un diálogo más directo y efectivo con la comunidad.

Además, en la Alcaldía de Dosquebradas se tiene claro que el uso de las redes sociales contribuye a una mayor transparencia y rendición de cuentas por parte de la Alcaldía de Dosquebradas, lo que sin duda es beneficioso para fortalecer la confianza y la participación ciudadana en la gestión pública.

| MEDIOS DIGITALES | | | |
|---|---|---|---|
| CANTIDAD DE SEGUIDORES | Visualizaciones | TIEMPO DE CREACION | VALOR MENSUAL MÁXIMO |
| Desde 1 a 1.000 | 1 a 4.270 | Más de seis meses de creación | $1.000.000 |
| Desde 1.000 a 2.500 | 4.271 a 7.335 | Más de 6 meses de creación | $1.500.000 |
| De 2.501- hasta 5.000 | 7.336 a 10.400 | Más de 1 Año de Creación | $2.000.000 |
| De 5.001- hasta 10.000 | 10.400 a 18.451 | Más de 1 Año de Creación | $2.500.000 |
| De 10.001- Hasta 35.000 | 18.452 a 65.822 | Más de 1 año de creación | $4.000.000 |
| De 35.001- Hasta 75.000 | 65.823 a 365.028 | Más de 2 años de creación | $5.000.000 |
| De 75.001- en adelante | 365.029 en adelante | Más de 3 Años de Creación | $7.000.000 |

| MEDIOS RADIALES | | | |
|---|---|---|---|
| SERVICIO | Cobertura | Alcance Oyentes | VALOR MENSUAL |
| Cuñas de 20 segundos | Regional | 146.000 a 914.684 | $180.000 |
| Cuñas de 30 segundos | Regional | | $200.000 |
| Cuñas de 20 segundos en noticieros | Regional | | $300.000 |
| Cuñas de 30 segundos en noticieros | Regional | | $400.000 |
| Menciones 30 segundos | Regional | | $500.000 |
| Menciones 60 segundos | Regional | | $1.000.000 |
| Publireportaje grabado 1 minuto | Regional | | $800.000 |
| Cuñas de 20 segundos | Local | 7.000 a 45.000 | $35.000 |
| Cuñas de 30 segundos | Local | | $52.500 |
| Menciones 30 segundos | Local | | $55.000 |
| Menciones 60 segundos | Local | | $105.000 |
| Entrevistas de 10 minutos | Local | | $210.000 |
| Entrevistas de 20 minutos | Local | | $410.000 |

La radio es uno de los canales de comunicación más antiguos en el entorno de los medios tradicionales y a pesar de los avances tecnológicos que se han tenido y a la aparición de las redes sociales, se ha sabido mantener en ese entorno de la inmediatez y nuevas dinámicas de contar y publicar las noticias.

Y ha logrado su supervivencia a varios factores, algunos técnicos y otros sociales, los cuales se han convertido en su escudo de protección para no desaparecer del MIX de Medios que hoy es liderado por las redes sociales con sus dinámicas masiva, distintiva, invasiva e inmediatista y por supuesto por su rapidez y forma para comunicar.

Cuando se habla de los aspectos técnicos de la radio, se refiere a su capacidad de sintonizarse en cualquier lugar, por cualquier dial, y de manera especial en las zonas rurales de los municipios del país y del departamento de Risaralda, donde los dispositivos móviles aún no llegan con su funcionalidad.

Precisamente el campo, sigue siendo un monopolio de la radio, que gracias al espectro electromagnético y a la capacidad del radio transistor, la información llega a cada rincón de las fincas, por lo que es una alternativa más que valida, con la suficiente capacidad de asegurar que los mensajes lleguen a esta población.

Adicionalmente, la radio aún conserva una gran población adulta y adulta mayor, que creció con las noticias de las grandes voces del periodismo colombiano, esas mismas, que no permitian distracción desde que se prendia esa caja de resonancia, pero, sobre todo, que se convirtieron en los compañeros permanentes de los radioescuchas en todo momento del dia como de la noche.

Sin desconocer, que aún siguen siendo los que cautivan con sus voces, especialmente en eventos deportivos que se cumplen a nivel nacional como internacional, en disciplinas como el fútbol, el ciclismo, el boxeo, entre otros.

Desde luego, este medio de comunicación se ha visto en la obligación de migrar a ciertas herramientas que prestan las redes sociales, o hacer uso de algunas formas de comunicar, que resultan efectivas en las redes, con el fin de montar una programación noticiosa, musical y de entretenimiento que permita que su audiencia actual permanezca y claro está, se vuelva atractiva que ayude a atraer nuevos radio escuchas.

Y lo han tenido que hacer, porque las audiencias que antes eran atraidas a este medio, hoy son las que toman la decisión sobre, con qué canales interactuar, con quienes deciden entablar un proceso duradero para informarse, y sobre qué contenidos seguir.

Este panorama descrito se evidencia en el articulo académico "La radio en la era de la sociedad digital" escrito por Andrés Barrios Rubio para AdComunica. Revista Cientifica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano:

https://raco.cat/index.php/adComunica/article/view/301688/391304:

"El ser humano de hoy está en un entorno de redes de comunicación y colaboración en el que se imponen modelos de sindicalización, afiliación,

agregación y comunidades a través de portales, foros, blogs y demás mecanismos multimedia que ofrecen la interactividad entre usuarios y medios. Las audiencias dejaron de ser pasivas para convertirse en productoras de información, comunicación y contenidos; más que receptores de un medio son usuarios de un servicio con el cual deciden interactuar" (Barrios, s.f.).

Los estudios que se han hecho a través de la metodología ECAR, evidencian que la radio aún sigue vigente, que aún tienen audiencias bastante importantes que no abandonan su radio transistor, y que están cautivando otros segmentos poblacionales, que, por lo tanto, los ingresa en el equipo de medios que se requieren para difundir información oficial, misional, estratégica de los entes gubernamentales como privados, por el hecho de que se están transformando y migrando hacia las nuevas metodologías digitales.

Ese contexto expresado en el párrafo anterior se define claramente en el documento académico "La radio en la era de la sociedad digital":

"Por ello existe hoy un afán imparable por parte de los medios tradicionales por generar una identidad digital que les facilite el captar nuevos públicos bajo un panorama de participación, transparencia e interacción que les permita convertir a sus audiencias en redes sociales de relación y entretenimiento (amistad, intercambio de fotos y mensajes) y de información (participación y opinión) (Campos, 2008), como una forma de reconectarse con la sociedad y superar la crisis de autoridad, mediación y credibilidad que tienen hoy en día".

Hoy sus ofertas pasan desde las tradicionales pautas de cuñas radiales, remotos y menciones en formato auditivo, llegando hasta las propuestas relacionadas con los post, las historias, los reels y los en vivo, abriendo un abanico mayor para ofertar en el mercado, aprovechando sus audiencias radiales como la de sus ecosistemas digitales.

Y se hace necesario tener en cuenta dichas propuestas, no solo porque son emisoras que tienen trayectoria, reconocimiento y audiencia cautiva, sino también, porque se debe tener en cuenta, que el municipio no cuenta

con una emisora de interés público que le permitiera también un espacio en dicha torta de audiencia que se comparte entre todas las emisoras.

Razones como las anteriores, son las que soportan la necesidad en la Alcaldía de Dosquebradas de contar con estos medios, porque tienen otros segmentos poblacionales a los que no se tiene acceso con los medios propios.

| MEDIOS IMPRESOS | | | |
|---|---|---|---|
| **SERVICIO** | **Cubrimiento** | **Impresos** | **VALOR MENSUAL** |
| Publicación 1 página a color área metropolitana interior | Area metropolitana | 2.000 | $2.800.000 |
| Publicación 1 página área metropolitana a blanco y negro interior | | | $2.100.000 |
| Publicación 1/2 página a color interior | | | $1.700.000 |
| Publicación 1/2 página a blanco y negro interior | | | $1.100.000 |
| Publicación 1 página regional a color interior | Regional | 15.000 | $7.800.000 |
| Publicación 1 página regional a blanco y negro interior | | | $ 6.300.000 |
| Publicación 1/2 página regional a color interior | | | $3.900.000 |
| Publicación 1/2 página a blanco y negro interior | | | $3.500.000 |

La Prensa Escrita en el departamento de Risaralda se hizo camino a través de medios específicos como La Tarde y El Diario, porque fueron medios que nacieron en esta región y crearon y forjaron un sentido de pertenencia en los ciudadanos de este territorio.

Sin embargo, en los últimos años, por razones económicas La Tarde tomó la decisión de no seguir circulando, y vendió su infraestructura a El Diario, lo que le permitió quedar a este último, con el manejo de este tipo de prensa en el departamento. Además, de hacerse al manejo del Periódico el Q´Hubo, ambos medios que en la actualidad aún siguen circulando.

Precisamente, El Diario, que volvió hace pocos meses a su nombre original, El Diario del Otún y, el Q´Hubo, aún continúan vigentes en el departamento. El primero con un corte más conservador y siguiendo la

línea editorial de los temas generales y el Q´Hubo que ha continuado por el camino de lo popular.

Desde luego, El Q´Hubo se observa con una mayor fuerza en el mercado, porque su contenido es un poco más cercano a la ciudadanía y su principal activo noticioso son los hechos violentos que se presentan en todo el departamento, lo que lo hace más llamativo a la vista de sus potenciales compradores.

Así se evidencia en los diferentes puntos de venta de la ciudad y tiendas y chazas dedicadas a la comercialización de estos ejemplares, y que tiene una estrategia de segmentación clara, como son las zonas en las que se presenta un hecho violento o alguna situación de riesgo o que afectó a la ciudadanía.

Mientras que El Diario, que igualmente circula diariamente, está dirigido a poblaciones más de tipo empresarial y de otros sectores sociales, que les interesa temáticas más abiertas al contexto económico, social, cultural, entre otras aristas.

Este tipo de canal de comunicación tradicional, aún sigue teniendo acogida en esta zona del país por el sector empresarial, para promocionar sus productos o servicios o como un aliado para dar a conocer sus acciones de gestión en sus empresas como sus labores altruistas o de responsabilidad social empresarial.

Lo que se convierte en un combustible importante para su permanencia en el mercado, un mercado cada vez más permeado por las nuevas tecnologías de la información.

Esas nuevas tecnologías, son las que igualmente les han puesto un ritmo diferente a estos dos medios de comunicación masiva y tradicionales, quienes han tenido que migrar más allá de los portales web a acondicionarse a las nuevas dinámicas y lógicas de producción de contenido noticioso y de entretenimiento a través de las redes sociales.

Esa adaptación de la que se habla, se resume de manera clara en un trabajo de grado de un estudiante de la Universidad de Sevilla, llamado

Manuel Porcel Martos, de la Facultad de Comunicación y que tituló Prensa de Papel frente a Prensa en Internet:

"Los establecimientos o cafeterías del siglo XVIII donde se discutía sobre lo que publicaban los periódicos de la época, o los bares del siglo XX donde se leía la prensa, son hoy las Redes Sociales. El periodismo debe adaptarse a esta situación contribuyendo con la elaboración de la información en Internet, el espacio donde se discute cada noticia, opinión o suceso que la prensa distribuye a diario".

Hoy ambos medios no solo tienen sus páginas web, también tienen sus ecosistemas digitales de información a través de los cuales han construido sus comunidades de seguidores, que los vuelve atractivos para utilizarse como medios de promoción de productos o servicios de una empresa del sector privado como una institución del Estado.

Lo que puede considerar una complementariedad comunicativa, al informar a través de sus formatos impresos como por intermedio de sus canales virtuales.

Bajo ese escenario, es importante reconocer la necesidad de contemplarse como una alternativa de difusión de información oficial de las entidades del Estado, especialmente de la Alcaldía de Dosquebradas, teniendo en cuenta que tiene diferentes segmentos poblacionales, que son de interés de la administración municipal.

Por esta y otras razones se tomó la decisión de contemplar en el Plan de Medios de la Alcaldía de Dosquebradas, la importancia de pautar en este tipo de medios, con alcance no solo en el municipio industrial sino en otras partes de la región, el país y en el extranjero.

| MEDIOS TELEVISIÓN | | | |
|---|---|---|---|
| SERVICIO | Cobertura | TELEVIDENTES | VALOR MENSUAL |
| Comercial 15 segundos | Nacional | 955.745 | $750.000 |
| Comercial 20 segundos | | | $1.000.000 |
| Comercial 30 segundos | | | $1.500.000 |
| Secciones en programas 60 segundos | | | $2.000.000 |
| Entrevistas 3 minutos | | | $2.600.000 |
| Entrevistas 5 minutos | | | $3.100.000 |
| Entrevistas 10 minutos | | | $6.200.000 |
| Cubrimiento eventos 3 minutos | | | $2.100.000 |
| Cubrimiento eventos 5 minutos | | | $2.600.000 |
| Cubrimiento eventos 10 minutos | | | $3.600.000 |
| Comercial 15 segundos | Regional | 4.000 | $120.000 |
| Comercial 20 segundos | | | $130.000 |
| Comercial 30 segundos | | | $150.000 |
| Cubrimiento eventos 3 minutos | | | $240.000 |
| Cubrimiento eventos 5 minutos | | | $400.000 |
| Cubrimiento eventos 10 minutos | | | $500.000 |

La televisión en el país aún sigue teniendo una preponderancia importante en las estadisticas de consumo de medios, porque su gran penetración en las familias colombianas, aún le siguen permitiendo tener un lugar en el Mix de Medios.

Para el caso de Risaralda, podria decirse que aún subsisten diferentes medios relacionados con la televisión, algunos particulares y otros institucionales.

Precisamente el medio de comunicación institucional, es uno de los que mayor importancia tiene en el ámbito regional del Eje Cafetero, como es el canal regional Telecafé, allí, varias productoras de contenido presentan sus productos terminados, como es el caso de los noticieros TVA Noticias y Mañanas del EJE.

Este canal se ha convertido en el espacio más importante para la población de los tres departamentos de dicho eje, como es Caldas, Quindío y

Risaralda, impactando especialmente a la población que reside en la zona rural de los municipios que los componen.

Adicionalmente, dicho canal cuenta con bastante apoyo del Estado, que a través de proyectos que se presentan, acceden a recursos para mejorar sus contenidos y mantener a la vanguardia en cuanto a equipos de producción como de emisión.

Este canal, es una buena oportunidad de llegar a otros stakeholders con los que no cuenta la Alcaldia de Dosquebradas, ya que, en cuanto a lo audiovisual, el municipio solo tiene acceso a sus redes sociales desde donde puede impactar con ese formato.

Mundo Visión que se emite por Claro, también continúa prestando sus servicios en el departamento, dando a conocer todo el acontecer noticioso de esta zona del país, incluyendo el municipio de Dosquebradas, especialmente de eventos especiales y específicos de la administración municipal o del acontecer cotidiano del municipio.

Y es que la televisión sigue ocupando un lugar importante en el medio publicitario, así se puede corroborar en el trabajo académico Televisión, publicidad y comunicación escrito por Dolores Degrado Godoy Huelva (España) y publicado en la revista Comunicar:

(https://www.redalyc.org/pdf/158/15825078.pdf):

"La televisión es un medio ideal para comunicarse con una masa de personas, a veces impensable, por lo que propicia ser un campo ideal para la publicidad de cualquier producto o idea. La publicidad se puede definir como el arte de buscar los procedimientos más adecuados para promover y divulgar una serie de ideas, pensamientos o productos dentro de una cultura o sociedad. Para ello, los llamados creativos de la publicidad se plantean una serie de preguntas relacionadas con el mundo de la imagen, el sonido o música y los colores más idóneos para algún producto o hecho que se quiera vender o divulgar a través de la televisión" (Degrado, s.f.).

Además, en dicho informe se expresa, que la publicidad juega un papel importante para que la televisión logre el impacto que espera:

"Es obvio que la publicidad es parte de nuestro sistema de comunicación e importante ya que informa a la gente de la disponibilidad de productos y servicios; proporciona información que ayuda a tomar decisiones fundamentadas; informa a la gente acerca de sus derechos y obligaciones como ciudadano; y en sus diversas formas, nos informa, guía, dirige, convence y alerta sobre diferentes aspectos que hemos de considerar en nuestra vida diaria" (Degrado, s.f.).

Bajo este tipo de conceptos, y bajo la experiencia que se tiene de pautar en este tipo de canal, es que llevan a tomar la decisión en la Alcaldía de Dosquebradas a tener al formato televisivo como una opción válida y efectiva para ser tenida en cuenta en la Resolución del Plan de Medios.

**ARTÍCULO TERCERO**: El presente Plan de Medios se elabora 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 de la Comunidad.

**PARÁGRAFO**: El plan de medios establece y señala que los parámetros para el análisis del sector y tarifas se deben tener en cuenta al momento de contratar pautas publicitarias.

**ARTÍCULO CUARTO**: La responsabilidad del cumplimiento y mejoras al plan de medios corresponde a la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones del Despacho del Ejecutivo Municipal.

**PARÁGRAFO**: El componente de comunicación pública del sistema del control interno, la norma técnica de calidad en la gestión pública y el sistema de desarrollo administrativo serán las herramientas conceptuales y metodológicas para la aplicación del plan de medios al interior de la Administraciónn Municipal.

**ARTÍCULO CUARTO**: La presente resolución rige a partir de la fecha de su expedición.

0 1 JUL 2025

-0994-

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

Dada en Dosquebradas a los 27 días del mes de junio del año 2025.

**PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE**

**ROBERTO JIMENEZ NARANJO**
Alcalde Municipal

**JHON FREDDY AÑAYA TABORDA**
Asesor privado

**JOSE IVAN GONZÁLEZ ARIAS**
Secretario Jurídico

**LUZ PIEDAD ZAPATA GONZALEZ**
Asesora de la Oficina de Prensa y Comunicaciones

Proyectó: Mauricio Toro

## Bibliografía

Barrios, A. (11 de diciembre de 2012). La radio en la era de la sociedad digital. (s.f.). dx.doi.org. Obtenido de https://raco.cat/index.php/adComunica/article/view/301688/391304

Degrado, M. (. (s.f.). redalyc.org. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/158/15825078.pdf

Diccionario de Neologismos del Español Actual. (s.f.). Flashmob. Obtenido de https://www.um.es/neologismos/index.php/v/neologismo/2045/flashmob

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Obed Alberto Moreno Zambrano <obedmorenoz@gmail.com>

Para: Asesoría de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

ESTUDIO DE MERCADO ALC...
PPTX

Cordial saludo.

Atendiendo la solicitud por parte de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Dosquebradas, acerca de la oferta publicitaria en Área Política, adjunto hacemos llegar el documento diligenciado.

Atentamente

OBED ALBERTO MORENO ZAMBRANO
Comunicador Social-Periodista
3133738786
obedmoreno@gmail.com

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio | |
| | Nombre del gerente del medio | |
| | Celular de contacto | |
| | Correo electrónico | |

| MEDIO | SEGUIDORES / SUSCRIPTORES | | | | | PAQUETES | | | | TARIFAS | | | | DATOS | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| AREA POLITICA | 2017 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Periodico El Quienmas... <quienmas1995@gmail.com>

Para: Asesoría de Prensa y Comunicaciones Bosquetradas

ESTUDIO DE MERCADO AEC

Descargarlos

Buenas tardes

envio estudio

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio | |
|---|---|---|
| | Nombre del gerente del medio | |
| | Celular de contacto | |
| | Correo electrónico | |

| | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |

42

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Carlos Alberto Muñoz Cella <carlos_micella@hotmail.com>

Para: @ Asesoría de Prensa y Comunicaciones Bosquebradas

01. Propuesta 2025.pdf 761 KB

ESTUDIO DE MERCADO ALC... Descargar

Buen día, me permito enviar oferta publicitaria para su consideración.

Muchas gracias y quedo atento a cualquier comentario de su parte.

Cordialmente:

Carlos Alberto Muñoz Cella
Periodista - Licencia 4736. MinComunicaciones
312 758 35 49

Antena Andes

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | | |
|---|---|---|
| RADIO | Nombre del medio: | Antena Noticias del Recreo(a-12 del cla / Emisora Antena de los |
| | Nombre del gerente del medio: | Carlos Alberto Munoz Celis - 10091292 |
| | celular de contacto: | 312 758 35 43 |
| | Correo electrónico: | carlos_mucelis@hotmail.com |

| Página web: https://reportajesymas.info/ | | | |
|---|---|---|---|
| FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| BANNER | 1000x270 px | 30 días | $ 200.000 |
| NOTICIAS | 1000X500 px | | |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| radio | Antena de los Andes 1520 AM | 20 Seg | 25.000 | 20 segundos | 30.000 | 15 minutos | 125.000 | 5 minutos | 125.000 |
| | | 30 Seg | 45.000 | 30 segundos | 40.000 | 30 minutos | 245.000 | 10 minutos | 245.000 |
| | | Otro | | Otro | | | | 30 minutos | 725.000 |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Responder Responder a todos Reenviar

Levinsonfm

Para: Asesoría de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

Mié 15/01/2025 19:30

ESTUDIO DE MERCADO AIC ...
Descargado

LEVINSON FLORIAN MONTOYA
COMUNICADOR SOCIAL
Cel:3157676160 - @Levinsonfm

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio | |
| | Nombre del gerente del medio | |
| | Celular de contacto | |
| | Correo electrónico | |

| MEDIO | PROGRAMA Y FACEBOOK | | | | | FIGURA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACION | FORMATO | CANON | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| | | POST | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | GIFS | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | HISTORIA | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | LIVE | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | CARRETES | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |

| [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | [illegible] | [illegible] | | | | [illegible] | | | | [illegible] | | | | [illegible] | | | |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |

46

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

Octavio CARDONA GONZALEZ <octaviocardonagonzalez@gmail.com>
Para: Asesorio de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

ESTUDIO DE MERCADO ALC...
2 KB

Adjunto cuadro excel con los servicios y tarifas que presta nuestra página web
www.elblogdelmunicipio.com

Nuestra web, por principio sólo ofrece servicios de banner y videos institucionales
No incluye ni entrevistas, ni transmisiones, ni notas o noticias, porque esos contenidos hacen parte de nuestro deber cubrirlos y publicarlos a nuestro criterio y discrecionalidad. Por eso no hace parte de nuestras propuestas comerciales.

Cordial saludo,
OCTAVIO CARDONA GONZÁLEZ
C.C. 18590051
TEL 3154905334

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

PI

Para: El Asesoría de Prensa y Comunicaciones Despachados

ESTUDIO DE MERCADO ALC

Buenos días, envio la tarifa 2025 correspondiente a Notidigitalcolombia.com

Atentamente
PILAR SALCEDO JIMÉNEZ
NOTIDIGITALCOLOMBIA.COM
3006741637

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | |
| | Nombre del periodista del medio: | |
| | Celular de contacto: | |
| | Correo electrónico: | |

| | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | FALNA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| | | FOTO | | | | BANNER | | | | | | | | | | | |
| | | REEL | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | HISTORIA | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | LIVE | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | EMBAJADOR | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | | | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

LE Líder del Eje <liderdelejeoficial@gmail.com>

Responder | Responder a todos | Reenviar

Para: Asesoría de Prensa y Comunicaciones Cosquerbrujas

mié 15/01/2025 21:59

ESTUDIO DE MERCADO ALC...

Cordial saludo,

Me permito hacer entrega de la Propuesta del Plan de Medios correspondiente a la Revista Impresa Líder del Eje Edición mensual vigencia 2025.

Atentamente,

Santiago Echeverri Molina

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS IMPRESOS | Nombre del medio: | Líder del Eje |
| | Nombre del gerente del medio: | Santiago Echeverri Molina |
| | celular de contacto: | 3[illegible]5 |
| | Correo electrónico: | liderdelejeoficial@gmail.com |

| IMPRESOS | | | | |
|---|---|---|---|---|
| MEDIO | AVISOS DE PRENSA | | REVISTAS ESPECIALES | |
| | TAMAÑOS | VALOR | TAMAÑO | VALOR |
| Revista Impresa Líder del Eje. Edición Impresa | Portada | | N.A | N.A |
| | Página completa | | 25 cm alto x 17,5 ancho | 2.000.000,00 |
| | Media página | | N.A | N.A |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

:IONES

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | Lider del Sur |
| | Nombre del gerente del medio: | Santiago Echeverri Botero |
| | celular de contacto: | 3183805515 |
| | Correo electrónico: | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR |
| Revista Lider del Sur | 3/10/2022 | POST | 1.200 x 1.200 | mensual | $ 1.200.000 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | Nota: Se publicarán 10 post mensuales, suministrados por la administración. | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

DB

Para: Asesoria de Prensa y Comunicaciones Cosquinadas

ESTUDIO DE MERCADO AVC ...

Buen dia, grandioso dia. Esta es la oferta de Hoy Magazine
Atenta su directora Diana Lucia Saa Becerra

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | HOY MAGAZINE |
| | Nombre del gerente del medio: | DIANA LUCIA SAA BECERRA |
| | Celular de contacto: | 3134[illegible] |
| | Correo electrónico: | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACION | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICAS | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICAS | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICAS | TIEMPO | VALOR |
| HOY MAGAZINE | 2011 | POST | 1.200 x 1.200 | 1 mes | $ 900.000 | BANNER | | | | VIDEOS | | | | ENTREVISTAS | | | |
| | | REELS | 1080 x 1920 | Max. 90 seg. | $ 1.200.000 | CINEMAGRAFO | | | | ENTREVISTAS | | | | PODCAST | | | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Max. 15 seg. | $ 600.000 | | | | | PODCAST | | | | | | | |
| | | LIVE | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

RO

Para: Asesoría de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

ESTUDIO DE MERCADO ALC...

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | QUE BUENA |
| | Nombre del gerente del medio: | GERMAN AGUIRRE |
| | celular de contacto: | 3137403905 |
| | Correo electrónico: | quebuena2018@gmail.com |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| QUE BUENA 92.1 FM | 2015 | POST | 1.200 x 1.200 | | $ 22.000 | BANNER | Sin Efecto | | | VIDEOS | | | | | | | |
| | | REELS | 1080 x 1920 | Max. 120 seg | $ 28.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Max. 30 seg | $ 11.500 | | | | | PODCAST | | | | | | | |
| | | LIVE | A tus anchas | Ilimitado | | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | A tus anchas | Ilimitado | $ 171.960 | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | Ilimitado | Ilimitado | | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|---|---|---|
| RADIO | Nombre del medio: | QUE BUENA 92.1 FM |
| | Nombre del gerente del medio: | GERMAN AGUIRRE MUÑOZ |
| | celular de contacto: | 3137403905 |
| | Correo electrónico: | quebuena2018@gmail.com |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| | QUE BUENA 92.1 FM | 20 Seg | $ 23.000 | 30 seg | $ 55.000 | | | 10 MIN | $ 220.000 |
| | | 30 Seg | $ 31.000 | 1 minuto | $ 105.000 | | | | |
| | | Otro | | Otro | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

CN CAFE CALIENTE NOTICIAS <cafecalientenoticias@gmail.com>

Para: Alcaldía de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

ESTUDIO DE MERCADO ALC...
3MB

Buen dia

Adjuntamos cuadro Actualizacion Plan de Medios Alcaldia Dosquebradas - 2025

Muchas gracias

Leonel Arbeláez Castaño.
Director Café Caliente Noticias.
3591216?

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | |
|---|---|---|
| | Nombre del gerente del medio: | |
| | Celular de contacto: | |
| | Correo electrónico: | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | VIDEOS | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | DURACIÓN | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| Cafe Cultural Bolivia | 2018 | Post | 1.080 x 1.350 | 1 Semana | $50.000 | BANNER | Vertical | 30 días | $80.000 | BANNER | Video Vertical | Hasta 30 Seg | $0 | PATROCINIO | Contenido propio | Mínimo 1 vez | $0 |
| | | | | 15 Días | $ 80.000 | | | | $ 120.000 | | Video Horizontal | 1 Minuto | $80.000 | | Contenido de terceros | | |
| | | | | 1 Mes | $ 400.000 | | | | $ 600.000 | | Video Vertical | 1 Minuto | $80.000 | VIDEO BAR | Contenido propio | Mínimo 10 Vez | $0 |
| | | Reel | 1.080 x 1.920 | 1 Semana | $75.000 | PATROCINIO | | | TBK | PATROCINIO | Video Horizontal | 1 Minuto | $80.000 | | | | |
| | | | | 15 Días | $90.000 | | | | | VIDEO BAR | Personalizado | Máximo 10 Seg | $0 | | | | |
| | | | | 1 Mes | $ 400.000 | | | | | | | | | | | | |
| Bio Café Cultural con Layout | 2018 | HISTORIAS | 1.080 x 1.920 | 1 Semana | $50.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 15 Días | $ 80.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 1 Mes | $ 400.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | LIVE | 0 - 60 Min | 1 Minuto | $ 10.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 5 Minutos | $ 50.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 10 Minutos | $ 100.000 | | | | | | | | | | | | |
| Café Librería Bolívar | 2018 | PATROCINIO | 0 - 60 Min | 5 Días | $ 100.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 15 Días | $ 200.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 1 Mes | $ 400.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | Depende del tiempo | Máximo 30 días | $0 | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Para: Asesoría de Prensa y Comunicaciones Descentralizada

Buenos días,

Me permito adjuntar documento RCN radio con las tarifas de nuestros medios de comunicación.

Muchas gracias
Quedo atenta a sus comentarios.

Cordialmente,

RCN RADIO

Erika Viviana
Gonzalez Colorado

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | | |
|---|---|---|
| RADIO | Nombre del medio: | RADIO CADENA NACIONAL RCN 88.9 FM |
| | Nombre del gerente del medio: | MARIA PAULINA ECHEVERRIA ATEHORTUA |
| | Celular de contacto: | 3045102122 |
| | Correo electrónico: | [illegible] |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACION | VALOR | DURACION | VALOR | DURACION | VALOR | DURACION | VALOR |
| RCN RADIO | RADIO UNO NOTICIAS | 20 Seg | 156.000 | 20 seg | 273.000 | 1 HORA | 2.347.600 | MEDIA HORA | 0 |
| | | 30 Seg | 216.000 | 1 minuto | 545.900 | 2 HORAS | 3.594.600 | MEDIA HORA | 0 |
| | | Otro | | Otro | | | | | |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACION | VALOR | DURACION | VALOR | DURACION | VALOR | DURACION | VALOR |
| RCN RADIO | RADIO UNO HABITUAL | 20 Seg | 130.000 | 20 seg | 208.700 | 1 HORA | 2.347.600 | MEDIA HORA | 0 |
| | | 30 Seg | 180.000 | 1 minuto | 413.400 | 2 HORAS | 3.594.600 | MEDIA HORA | 0 |
| | | Otro | | Otro | | | | | |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACION | VALOR | DURACION | VALOR | DURACION | VALOR | DURACION | VALOR |
| RCN RADIO | LA MEGA HABITUAL | 20 Seg | 148.000 | 20 seg | 257.400 | 1 HORA | 2.173.600 | MEDIA HORA | 0 |
| | | 30 Seg | 136.000 | 1 minuto | 514.800 | 2 HORAS | 3.376.600 | MEDIA HORA | 0 |
| | | Otro | | Otro | | | | | |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| RCN RADIO | LA FM DEL EJE NOTICIAS | 20 Seg | 265.000 | 30 seg | 450.200 | N/A | 0 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | 30 Seg | 354.000 | 1 minuto | 529.480 | N/A | 0 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | Otro | | Otro | | | | | |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| RCN RADIO | LA FM DEL EJE HABITUAL | 20 Seg | 139.000 | 30 seg | 241.880 | 1 HORA | 2.065.000 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | 30 Seg | 186.000 | 1 minuto | 483.680 | 2 HORAS | 3.332.000 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | Otro | | Otro | | | | | |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| RCN RADIO | RCN RADIO BASICA NOTICIAS MATINALES | 20 Seg | 207.200 | 30 seg | 456.000 | N/A | 0 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | 30 Seg | 382.000 | 1 minuto | 903.280 | N/A | 0 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | Otro | | Otro | | | | | |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| RCN RADIO | RCN RADIO BASICA NOTICIAS MEDIO DIA | 20 Seg | 174.080 | 30 seg | 308.380 | N/A | 0 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | 30 Seg | 231.000 | 1 minuto | 670.660 | N/A | 0 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | Otro | | Otro | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACIÓN | VALOR | DURACION | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| RCN RADIO | LA CARIÑOSA PEREIRA NOTICIA MATINALES Y MEDIO DIA | 20 Seg | 122.030 | 30 seg | 209.320 | 1 HORA | 1.747.000 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | 30 Seg | 161.600 | 1 minuto | 518.600 | 2 HORAS | 2.951.900 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | Otro | | Otro | | | | | |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACIÓN | VALOR | DURACION | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| RCN RADIO | LA CARIÑOSA PEREIRA HABITUAL | 20 Seg | 100.800 | 30 seg | 187.200 | 1 HORA | 1.747.000 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | 30 Seg | 144.800 | 1 minuto | 374.400 | 2 HORAS | 2.951.800 | GIRA DE MEDI | 0 |
| | | Otro | | Otro | | | | | |

Mercedes Torres <mtorres@yahoo.com>

Para: @ Asesoria de Prensa y Comunicaciones Duquevbradas

ESTUDIO DE MERCADO ALC ...

Buenos dias, anexo cotizacion
Favor confirmar recibido
Gracias por la atencion prestada

Yahoo Mail: Busca, organiza, toma el control de tu buzón

Responder Reenviar

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | |
| | Nombre del gerente del medio: | |
| | celular de contacto: | |
| | Correo electronico: | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | POSTCAST | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACION | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| | | POST | | | | BANNER | | | | | | | | | | | |
| | | REEL | | | | COMERCIAL | | | | | | | | | | | |
| | | HISTORIA | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | DIA EMPRESTIAL | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | | | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

DIARIO NOTICIAS DOS PUNTOS <noticiasdospuntos@gmail.com>
Para: Asesoría de Prensa y Comunicaciones Desquebrada

Diario Noticias Dos Puntos Y

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio | |
| | Nombre del gerente del medio | |
| | Celular de contacto | |
| | Correo electrónico | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | POSTER | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACION | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| Noticias Dos Puntos | 2017 y 2019 Esta información es suministrada por los medios a incluyen nombre el canal de mensajes con más de 2 mil seguidores | POST | | | $ 700.000 | BANNER | | | | SOCIETY | | | | ENTREVISTAS | | | |
| | | REEL | | | $ 900.000 | COMUNICADOS | | | | PODCAST | | | | PODCAST | | | |
| | | HISTORIA | | | $ 50.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | LIVE | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | | | | | | | | | | | | | | | |

[redacted]

Adjunto formato diligenciado con la información solicitada.

Nota: los valores están sujetos a los cambios y la conciliación que tengan con entregues.

Cuido alertas...

Muchas gracias

--

HANS LAMPREA PEREZ
Periodista y Corresponsal Noticiero CM& Riverside y norte del Valle
Periodista Blue 1300 Radio
Shanslamarca
hlamprea@cmi.com.co

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | [redacted] |
| | Nombre del gerente del medio: | [redacted] |
| | Celular de contacto: | [redacted] |
| | Correo electrónico: | [redacted] |

| MEDIO | INFORMACIÓN / VALIDACIÓN | | | | | PAUTA PEV | | | | TARIFAS | | | | TARIFA | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| | | POST | 1.200 x 1.200 | 1 días | $ 40.000 | BANNER | 970 x 250 | | $ 50.000 | BANNER | [redacted] | [redacted] | | [redacted] | [redacted] | [redacted] | |
| | | REEL | 1080 x 1920 | Más 30 seg | $ 50.000 | COMBINACIÓN | | | $ 60.000 | FACEBOOK | [redacted] | [redacted] | | | | | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Más 15 seg | $ 40.000 | | | | | POST 2 X 1 | [redacted] | [redacted] | | | | | |
| | | VIDEO | [redacted] | Más de 2 min | $ 200.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | CARRUSEL | [redacted] | Más de 2 min | $ 200.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | POST 4 X 1 | [redacted] | Más de 2 min | $ 200.000 | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | | |
|---|---|---|
| TELEVISIÓN | Nombre del medio: | PRIMERA HORA - UNO A TELEVISIÓN |
| | Nombre del garante del medio: | ARMIDO CUCUBAT LÓPEZ |
| | celular de contacto: | 3144573583 |
| | Correo electrónico: | [illegible] |

| MEDIO | COMERCIALES | | ENTREVISTAS | | CUBRIMIENTO DE EVENTOS | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| PRIMERA HORA (TELECAFÉ) | 15 SEG | $ 200.00 | 3 MINUTOS | $ 900.000 | NOTA 3 MINUTOS | $1.500.000 |
| | 20 SEG | $ 270.00 | 5 MINUTOS | $1.500.000 | NOTA 5 MINUTOS | $2.000.000 |
| | 30 SEG | $ 400.00 | 10 MINUTOS | $2.500.000 | NOTA 10 MINUTOS | $3.000.000 |

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | [illegible] |
| | Nombre del garante del medio: | [illegible] |
| | celular de contacto: | [illegible] |
| | Correo electrónico: | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM - FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ÁREA DE CAUSACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| | | POST | [illegible] | | $ 55.000 | BANNER | [illegible] | [illegible] | $ 2.000.000 | SHORT | [illegible] | [illegible] | | ENTREVISTAS | [illegible] | [illegible] | |
| | | REEL | [illegible] | [illegible] | $ 200.000 | BANNER | [illegible] | [illegible] | $ 3.000.000 | ENTREVISTAS | [illegible] | [illegible] | | PODCAST | [illegible] | [illegible] | |
| | | HISTORIA | [illegible] | [illegible] | $ 150.000 | BANNER | [illegible] | [illegible] | $ 1.000.000 | PODCAST | [illegible] | [illegible] | | | | | |
| | | LIVE | [illegible] | [illegible] | [illegible] | BANNER | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | LAS NOTICIAS DE PEREIRA |
| | Nombre del gerente del medio: | ALEJANDRA CAPACHO |
| | celular de contacto: | 3157151271 |
| | Correo electrónico: | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR |
| | | POST | 1.200 x 1.200 | | $ 40.000 |
| | | REEL | 1080 x 1920 | Max 60 seg | $ 150.000 |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Máx 30 seg | $ 200.000 |
| | | LIVE | A discreción | Mínimo 3 min | $ 40.000 |
| | | ENTREVISTAS | A discreción | Mínimo 3 min | $ 400.000 |
| | | PODCAST | Horizontal/Vertical | Mínimo 10 min | $ 1.200.000 |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

**Cordial saludo.**

En atención a su comunicación del 11 de enero de 2025, por la cual se solicita la presentación de la oferta publicitaria de nuestro medio de comunicación para el proceso de construcción del Plan de Medios 2025, adjunto encontrará el tarifario debidamente diligenciado con las tarifas correspondientes para la vigencia 2025.

Hemos incluido la información requerida en las casillas indicadas, según el rigor usual de nuestro medio. Quedamos atentos a cualquier aclaración o requerimiento adicional que se pueda presentar en el marco de este proceso.

Agradecemos la oportunidad de ser considerados dentro de este importante proyecto y reiteramos nuestra disposición para continuar en el desarrollo de estrategias comunicativas efectivas para la Administración Municipal.

**Atentamente,**
Roger Velásquez Toro
Director de prensa
Última Hora Risaralda S.A.S
3183551197

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | |
| | Nombre del periodista del medio: | |
| | Celular de contacto: | |
| | Correo electrónico: | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | DOMPU | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| ULTIMA HORA NARANJA | 2019 | POST | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | HASL | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | HISTORIA | | | | | | | | PODCAST | | | | IPODCAST | | | |
| | | LIVE | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTA PODCAST | | | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

De acuerdo a la solicitud recibida, me permito adjuntar formato diligenciado de mis tarifas a través de los siguientes medios periodísticos

MIL GRACIAS Y QUEDO ATENTO

Fabio Castaño Molina
Director PORTAL DIGITAL EN SERIO -Revista Destino Cafe y del programa HABLEMOS DE RISARALDA POR TELECAFÉ

www.destinocafe.com

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | |
| | Nombre del gerente del medio: | |
| | Celular de contacto: | |
| | Correo electrónico: | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | VIDEOS | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACION | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| EN SERIO CON FARO | | POST | 1.200 x 1.200 | 1 mes | $ 300.000 | BANNER | 728 pixeles | | | SPOTS | cuña de 30 seg | hasta 30 seg | | UNA NOTA | contenido propio, sobre video | 3 minutos como | |
| | | REEL | 1080 x 1920 VERT | Max 15 seg | $ 300.000 | COMUNICADO | | | | INTERVIEW | entrevista grabada | Minutos a mas | | | | | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 VERT | 24hr / 3 seg | $ 600.000 | | | | | PODCAST | cuña o participación | Minutos a mas | | PODCAST | cuña o participación | Minutos a mas | |
| | | LIVE | al gusto | Minutos a mas | | | | | | | | | | | | | |
| | | INTERVIEW | al gusto | Minutos a mas | | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | cuña o participación | Minutos a mas | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

| MEDIOS DIGITALES | Nombre del | |
|---|---|---|
| | Nombre del gerente del | |
| | Celular de | |
| | Correo | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | FIGURA MP3 | | | | POSTGRE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICAS | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICAS | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

DM

Para: Dirección de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

ESTUDIO DE FIJACIÓN AUT...

Envío formato solicitado gracias

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre de medio: | |
| | Nombre del programa del medio: | |
| | Celular de contacto: | |
| | Correo electrónico: | |

| MEDIO | HORARIO | | | | FRANJA 9916 | | | | FORTUNA | | | | VALOR | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | HORARIO | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CANAL CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| | | POST | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | REEL | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | HISTORIA | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | LIVE | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTA | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | | | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

Para: Alfredo Castro

Hugo Castro Rios
Cel 3172135283

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | |
| | Nombre del gerente del medio: | |
| | Celular de contacto: | |
| | Correo electrónico: | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | IMAGEN WEB | | | | FACEBOOK | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| Monitor Cajicá | | POST | 1.080 x 1.080 | | $ 80.000 | BANNER | HORIZONTAL | | | HISTORIA | | | | | | | |
| | | REEL | 1080 x 1920 | Max 90 seg | $ 80.000 | UNIPOLARES | | | | | | | | | | | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Max 15 seg | $ 80.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | LIVE | A elección | Mínimo 5 min | $ 320.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | DEMOSTENE PODCAST | A elección | Mínimo 5 min | $ 320.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | Horizontal/Vertical | Mínimo 2 min | $ 320.000 | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Para: Asesora de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

Cordial saludo, anexo cobro con los valores de las publicaciones en el medio digital Eje al Dia, agradezco su amable gestión para el pago de medios 2023 de la Alcaldía de Dosquebradas, por favor confirmar recibido. Gracias.

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio | Eje al Dia |
| | Nombre del gerente del medio | Antony Santander Restrepo |
| | Celular de contacto | 3206380330 |
| | Correo electrónico | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ÁREA DE COBERTURA | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| Eje al Dia | Dosquebradas Septiembre de 2023 Facebook Julio 7 de 2023 | POST | 1.080 x 1.350 | | $ 900.000 | BANNER | Rotativo | 1280x1024 px | $ 900.000 | SPORTS | Video vertical | Hasta 10 Seg | $500.000 | INTERVIEW | Formato vertical | Hasta 30 seg | $500.000 |
| | | REEL | 1080 x 1920 | Hasta 90 seg | $ 900.000 | COMMERCIALS | | | $ 900.000 | ENTERTAINMENT | Video horizontal | Hasta 2 min | $500.000 | | Video vertical | | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Hasta 20 seg | $ 900.000 | | | | | PODCAST | Video horizontal | Mínimo 10 min | | PODCAST | Horizontal/vertical | Mínimo 10 min | |
| | | LIVE | A disposición | 30Minutos 2 min | $500.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | A disposición | 30Minutos 2 min | $500.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | Horizontal/vertical | 30Minutos 10 min | | | | | | | | | | | | | |

VISIONAR TV @ MULTIMEDIA <info@visionartv.com>
Para: Secretaría de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

Marcado

TARIFAS ENTORNO VISTA
prueba

Buen día, de acuerdo a lo solicitado, adjuntamos archivo en excel con las tarifas de nuestro medio Entorno Pereira (digital) para este año 2023.

Muchas gracias por tenernos en cuenta.

Alejandro Salazar
Productor General
Visionar Tv & Multimedia - Entorno Pereira
Calle 69 No. 23-65
Cel. 311 7765200
Email: info@visionartv.com
Pereira - Colombia

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del | [illegible] |
| | Nombre del gerente del | [illegible] |
| | Celular de | [illegible] |
| | Correo | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ARTE DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| EMISORA DE HONESTA RADIO - FACEBOOK - TIKTOK INSTAGRAM | JEFE | POST | [illegible] | | $ 150.000 | BANNER | Medios | | | SHORTS | Video vertical | Hasta 60 Seg | | PATROCINIO | Contenido propio | Mínimo 1 min | |
| | | REEL | 1080 x 1920 | Mín 60 seg | $ 400.000 | COMERCIALIZACIÓN | | | | PATROCINIO | Video horizontal | Mínimo 5 min | | PODCAST | Video/Carrusel | | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Mín 15 seg | $ 100.000 | | | | | PODCAST | Video/Audio/Carrusel | Mínimo 20 min | | | Video/Carrusel/Foto | Mínimo 10 min | |
| | | LIVE | [illegible] | Mínimo 2 min | $ 600.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | PATROCINIO | [illegible] | Mínimo 2 min | $ 600.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | [illegible] | Mínimo 20 min | N/A | | | | | | | | | | | | |

[illegible] ← Responder ↩ Responder a todos → Reenviar [illegible]

Para: Asesoría de Prensa y Comunicaciones Gobernación

ESTUDIO DE MERCADO ACT ... .zip

Cordial saludo

Dando cumplimiento con lo solicitado, anexo formulario diligenciado correspondiente al estudio de mercado solicitado por la oficina de Discapacidad.

Quedo atento a sus comentarios

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |

| [illegible] | INSTAGRAM - FACEBOOK | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICAS | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICAS | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICAS | TIEMPO | VALOR |
| [illegible] | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Para: @ Asesoría de Prensa y Comunicaciones Cloudcabrera.co

Parte del contenido de este mensaje se ha deshabilitado porque el remitente no está en la lista de remitentes seguros. Mantenerlo de confianza | Mostrar contenido bloqueado

DISEÑO DE MERCADO ALT ...
11:45

De acuerdo con la solicitud, envío oferta de difusión institucional en nuestro portal web RISARALDA HOY, así como en nuestras principales redes sociales.

Muchas gracias por su apoyo y quedo atento a sus comentarios.

--

Freddy Fernán López Pabón
Comunicador Social - Periodista
Sitio / www.risaraldahoy.com

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del [illegible] | [illegible] |
| | Nombre del periodista | Freddy Fernán López Pabón |
| | Correo de contacto | [illegible] |

| MEDIO | RISARALDA HOY \| FACEBOOK | | | | | DIARIO DE RISARALDA | | | | TWITTER | | | | LINKEDIN | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | TIPO DE CONTENIDO | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERES POR PALABRA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERES POR PALABRA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERES POR PALABRA | TIEMPO | VALOR |
| Risaralda Hoy | post | POST | 1200 x 1200 | 3 días | $ 500.000 | BANNER | 1170 PX x 200PX | 15 días | $ 2.500.000 | TWEET | [illegible] | hasta 30 días | $ 150.000 | ENTERPRISE | [illegible] | [illegible] | $ 500.000 |
| | | REELS | 1080 x 1920 | 30 a 60 seg | $ 150.000 | CONCENTRADO | Fijo | Semanal | $ 2.000.000 | CUSTOM VIDEO | [illegible] | [illegible] | $ 300.000 | PODCAST | [illegible] | [illegible] | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | 5 a 15 seg | $ 120.000 | | | | | PODCAST | [illegible] | [illegible] | $ 500.000 | | | | |
| | | LIVE | [illegible] | [illegible] a 1 hr | $ 200.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | CARRUSEL DE IMAGENES | [illegible] | [illegible] a 1 hr | $ 150.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | [illegible] | [illegible] a 60 min | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | LAS NOTICIAS DE RISARALDA |
| | Nombre del gerente del medio: | RAFAEL MONTOYA |
| | celular de contacto: | 3136255516 |
| | Correo electrónico: | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR |
| LAS NOTICIAS DE RISARALDA | | POST | 1.200 x 1.200 | | $ 50.000 |
| | | REEL | 1080 x 1920 | Máx 60 seg | $ 200.000 |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Máx 30 seg | $ 250.000 |
| | | LIVE | A discreción | Mínimo 3 min | $ 45.000 |
| | | ENTREVISTAS | A discreción | Mínimo 3 min | $ 450.000 |
| | | PODCAST | Horizontal/Vertical | Mínimo 10 min | $ 1.200.000 |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Buenas tardes, a continuación adjunto el estudio de mercado de medios noticiosos. Café y Paisaje quedo atenta a cualquier inquietud. Muchas gracias.

Daniela Cardenas Morales
cel. 3186220645

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del | |
| | Nombre del gerente del | |
| | Celular de | |
| | Correo | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ÁREA DE COBERTURA | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICAS | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICAS | TIEMPO | VALOR |
| MEDIOS DIGITALES CAFÉ Y PAISAJE | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |

No

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | [illegible] |
| | Nombre del gerente del medio: | [illegible] |
| | celular de contacto: | [illegible] |
| | Correo electrónico | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM - FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACION | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| RADIO RELOJ 1300AM /DONTE DEPORTE Y MAS | 2018 | POST | 1.200 x 1.200 | | | BANNER | *220 X 90 | 15 DIAS | $ 1.600.000 | SHORTS | Video Vertical | Hasta 60 Seg | 140000 |
| | | REEL | 1080 x 1920 | Max 10 seg | $ 185.000 | COMUNICADOS | | | | ENTREVISTAS | Video Horizontal | Mínimo 3 min | 280000 |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Max 30 seg | $ 160.000 | PERIODICO | 1 PAG 25 5 CMdh | Un (1)pagina | $ 1.600.000 | PODCAST | Cuadrado/Vertical | Mínimo 30 min | 440000 |
| | | LIVE | A discreción | Mínimo 5 min | 320000 | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | A discreción | Mínimo 3 min | 240000 | | | | | | | | |
| | | PODCAST | Horizontal/Vertical | Mínimo 30 min | 340000 | | | | | | | | |

De: Jose [illegible]
Para: Oficina de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

Cotización En Línea 2025 ...

Buena tarde. Adjunto envío los valores 2025

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | Cotización En Línea |
| | Nombre del gerente del medio: | [illegible] |
| | Celular de | [illegible] |
| | Correo electrónico: | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ÁREAS DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | PESO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| Cotización En Línea | arte | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio | |
| | Nombre del gerente del medio | |
| | Celular de contacto | |
| | Correo electrónico | |

| MEDIO | INFORMACIÓN | | | | PRIMA WEB | | | | TESTIGO | | | | FACEBOOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CONTACTO BÁSICO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CONTACTO BÁSICO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | LÍNEA EDITORIAL | TIEMPO | VALOR |
| Pamplona Mundial | 2021 | POST | 1.200 x 1.200 | | $ 120.000 | BANNER | Posición | | | SHORTS | Video vertical | 1 MIN A 10 MIN | | | | | |
| | | ATTI | 1.200 x 1.200 | Max 60 seg | $ 150.000 | COMUNICADOS | | | | ENTREVISTAS | Video Horizontal | Mínimo 3 min | | | | | |
| | | REVIEW | 1.200 x 1.200 | Max 10 seg | $ 100.000 | | | | | PODCAST | Solo con Duración | Mínimo 15 min | | PODCAST | | | |
| | | LIVE | Horizontal | Mínimo 5 min | $ 80.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | Horizontal | Mínimo 3 min | $ 110.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | Horizontal/Vertical | Mínimo 15 min | $ 400.000 | | | | | | | | | | | | |

E4

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Buenos días,

Recibe un cordial saludo.

Atendiendo a su solicitud, se adjuntan los datos 2021 ingresos para el pago de multas del año en curso.

Estaremos atentos a sus comentarios y a cualquier duda adicional.

Muchas gracias.

Cordialmente,

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

ONES

Nombre del medio: Blu Radio
Contacto comercial: Catalina Gutierrez
Correo electrónico: catalina@grupoblu.com.co
Celular: 3208307918
Oficina: Medellín, Distrito Especial

| ciudad | emisora | programa | emisión | formato | duración | Valor Bruto |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Nacional | FreeMalones | Malones Blu | 5am - 9am | Cuña grabada | 30 | $ 2.091.947 |
| Nacional | FreeMalones | Malones Blu | 5am - 9am | Cuña grabada | 20 | $ 1.675.463 |
| Nacional | FreeMalones | Malones Blu | 5am - 9am | Mención | 30 | $ 2.352.521 |
| Nacional | FreeMalones | Malones Blu | 5am - 9am | Mención | 20 | $ 1.439.399 |
| Nacional | FreeMalones | Malones Blu | 5am - 9am | Publireportaje grabado | 1 minuto | $ 3.247.843 |
| Nacional | Blu | Mordiscos Blu | 9am - 2pm | Cuña grabada | 30 | $ 1.301.270 |
| Nacional | Blu | Mordiscos Blu | 9am - 2pm | Cuña grabada | 20 | $ 971.027 |
| Nacional | Blu | Mordiscos Blu | 9am - 2pm | Mención | 30 | $ 1.359.781 |
| Nacional | Blu | Mordiscos Blu | 9am - 2pm | Mención | 20 | $ 1.152.335 |
| Nacional | Blu | Mordiscos Blu | 9am - 2pm | Publireportaje grabado | 1 minuto | $ 1.909.382 |
| Nacional | Blu | Blue Deportivo | 2pm - 4pm | Cuña grabada | 30 | $ 1.301.270 |
| Nacional | Blu | Blue Deportivo | 2pm - 4pm | Cuña grabada | 20 | $ 971.027 |
| Nacional | Blu | Blue Deportivo | 2pm - 4pm | Mención | 30 | $ 1.359.781 |
| Nacional | Blu | Blue Deportivo | 2pm - 4pm | Mención | 20 | $ 1.152.335 |
| Nacional | Blu | Blue Deportivo | 2pm - 4pm | Publireportaje grabado | 1 minuto | $ 1.909.382 |
| Nacional | FreeTunda | Voz Popular | 4pm - 7pm | Cuña grabada | 30 | $ 1.301.270 |
| Nacional | FreeTunda | Voz Popular | 4pm - 7pm | Cuña grabada | 20 | $ 1.230.310 |
| Nacional | FreeTunda | Voz Popular | 4pm - 7pm | Mención | 30 | $ 2.432.995 |
| Nacional | FreeTunda | Voz Popular | 4pm - 7pm | Mención | 20 | $ 1.618.142 |
| Nacional | FreeTunda | Voz Popular | 4pm - 7pm | Publireportaje grabado | 1 minuto | $ 2.431.000 |
| Nacional | FiestaSonora | Blu Joser | 7am - 10am | Cuña grabada | 30 | $ 952.041 |
| Nacional | FiestaSonora | Blu Joser | 7am - 10am | Cuña grabada | 20 | $ 715.363 |
| Nacional | FiestaSonora | Blu Joser | 7am - 10am | Mención | 30 | $ 1.019.939 |
| Nacional | FiestaSonora | Blu Joser | 7am - 10am | Mención | 20 | $ 823.309 |
| Nacional | FiestaSonora | Blu Joser | 7am - 10am | Publireportaje grabado | 1 minuto | $ 1.274.027 |
| Pereira-Armenia | FreeMalones | Malones Blu | 5am - 9am | Cuña grabada | 30 | $ 60.401 |
| Pereira-Armenia | FreeMalones | Malones Blu | 5am - 9am | Cuña grabada | 20 | $ 45.301 |
| Pereira-Armenia | FreeMalones | Malones Blu | 5am - 9am | Mención | 30 | $ 63.055 |
| Pereira-Armenia | FreeMalones | Malones Blu | 5am - 9am | Mención | 20 | $ 53.515 |
| Pereira-Armenia | FreeMalones | Malones Blu | 5am - 9am | Publireportaje grabado | 1 minuto | $ 84.269 |
| Pereira-Armenia | Blu | Mordiscos Blu | 9am - 2pm | Cuña grabada | 30 | $ 60.351 |
| Pereira-Armenia | Blu | Mordiscos Blu | 9am - 2pm | Cuña grabada | 20 | $ 45.038 |
| Pereira-Armenia | Blu | Mordiscos Blu | 9am - 2pm | Mención | 30 | $ 63.057 |
| Pereira-Armenia | Blu | Mordiscos Blu | 9am - 2pm | Mención | 20 | $ 53.435 |
| Pereira-Armenia | Blu | Mordiscos Blu | 9am - 2pm | Publireportaje grabado | 1 minuto | $ 88.582 |
| Pereira-Armenia | Blu | Blue Deportivo | 2pm - 4pm | Cuña grabada | 30 | $ 45.051 |
| Pereira-Armenia | Blu | Blue Deportivo | 2pm - 4pm | Cuña grabada | 20 | $ 34.914 |
| Pereira-Armenia | Blu | Blue Deportivo | 2pm - 4pm | Mención | 30 | $ 58.957 |
| Pereira-Armenia | Blu | Blue Deportivo | 2pm - 4pm | Mención | 20 | $ 44.235 |
| Pereira-Armenia | Blu | Blue Deportivo | 2pm - 4pm | Publireportaje grabado | 1 minuto | $ 87.202 |
| Pereira-Armenia | FreeTunda | Voz Popular | 4pm - 7pm | Cuña grabada | 30 | $ 45.051 |
| Pereira-Armenia | FreeTunda | Voz Popular | 4pm - 7pm | Cuña grabada | 20 | $ 33.778 |
| Pereira-Armenia | FreeTunda | Voz Popular | 4pm - 7pm | Mención | 30 | $ 64.444 |
| Pereira-Armenia | FreeTunda | Voz Popular | 4pm - 7pm | Mención | 20 | $ 43.003 |
| Pereira-Armenia | FreeTunda | Voz Popular | 4pm - 7pm | Publireportaje grabado | 1 minuto | $ 82.832 |
| Pereira-Armenia | FiestaSonora | Blu Joser | 7am - 10am | Cuña grabada | 30 | $ 30.651 |
| Pereira-Armenia | FiestaSonora | Blu Joser | 7am - 10am | Cuña grabada | 20 | $ 23.593 |
| Pereira-Armenia | FiestaSonora | Blu Joser | 7am - 10am | Mención | 30 | $ 50.054 |
| Pereira-Armenia | FiestaSonora | Blu Joser | 7am - 10am | Mención | 20 | $ 37.671 |
| Pereira-Armenia | FiestaSonora | Blu Joser | 7am - 10am | Publireportaje grabado | 1 minuto | $ 43.144 |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ANTES / DESPUÉS | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | |
| Medios 360 Digital | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | | |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | | |

B2

Para: Oficina de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

Cordial saludo
Respondiendo al mensaje enviado en mas adelante sobre los precios de publicaciones en los medios digitales, me comunico enviar el precio de la inversión en mi medio @periodicoluminar
Quedo atento a cualquier inquietud o comentario adicional

Comunicador Social - Periodista
CEL: 321 3108112
IG: @wegregroni
2023

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| MEDIOS DIGITALES | Nombre del | |
|---|---|---|
| | Nombre del periodista del | |
| | celular de | |
| | Correo | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | POSTERS | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| Prensa Municipal | 2021 | POST | 1.000 x 1.250 | | $ 30.000 | BANNER | Medidas | | | SNOETS | Video Vertical | Hasta 30 Seg | | ENTREVISTAS | Contenido propio | Entre 4 y 5 min | $ 40.000 |
| | | REEL | 1080 x 1920 | Hasta 90 seg | $ 70.000 | ENMARCADOS | | | | CATALOGO | Video Horizontal | Entre 2 y 3 min | | | Video Vertical | | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Hasta 15 seg | $ 45.000 | | | | | PODCAST | Imagen Horizontal | Entre 10 y 15 min | | PODCAST | Imagen Horizontal | Entre 10 y 15 min | |
| | | LIVE | A discusión | Entre 1 y 2 hr | $ 100.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | CATALOGO | A discusión | Entre 1 y 2 hr | $ 60.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | Imagen Horizontal | Entre 10 y 15 min | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | |
|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: |
| | Nombre del periodista: |
| | Cargo del periodista: |
| | Correo electrónico: |

| MEDIO | INTERCAMBIO PUBLICITARIO | | | | PÁGINA WEB | | | | PUBLICIDAD | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TEXTO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| | | GIF | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | JPEG | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | WEBP | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | PNG | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | INTERSTITIAL | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | POP-UP | | | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

Más acciones

Cordial Saludo,

Adjunto envio propuesta para su respectiva evaluacion.

--

Cualquier inquietud con gusto será atendida.

| | | |
|---|---|---|
| TELEVISIÓN | Nombre del medio: | TVA NOTICIAS S.A.S. |
| | Nombre del gerente del medio: | YULIANA ANDREA MOLINA VANEGAS |
| | celular de contacto: | 3163872186 |
| | Correo electrónico: | gerenciatva@tvanoticias.com |

| MEDIO | COMERCIALES | | ENTREVISTAS | | CUBRIMIENTO DE EVENTOS | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| TVA NOTICIAS EMITIDO POR TELECAFE | 30 SEGUNDOS | $ 1.500.000 | 3 MINUTOS | $ 2.000.000 | 3 MINUTOS | $ 2.000.000 |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

HENRY ANCIZES HERAS FARFA
DOCHO UNPACIFE
3102227333

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |
| | [illegible] | [illegible] |

| MEDIO | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |

[illegible]

Cordial saludo

Adjunto la propuesta publicitaria enviada por parte de la emisora comercial de la ciudad de Dosquebradas, la misma esta con totalmente de nuestro municipio y con la posibilidad de cambio como fue solicitado.

El contacto se encuentra a nombre de Mariana Vargas.

Quedo atenta a cualquier inquietud.

Mariana Vargas Herrera
Cel: 32 [illegible]

Nexo Group multiplataforma

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del | Nexo Group Colombia |
| | Nombre del gerente del | Mariana Vargas Herrera |
| | Celular de | 32 [illegible] |
| | Correo | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| Nexo Group Colombia | año 2019 | POST | 1.200 x 1.200 | | $ 900.000 | BANNER | Horizontal | | | SKIPATE | [illegible] | [illegible] | $ 700.000 | ENTREVISTA | [illegible] | [illegible] | $350.000 |
| | | REELS | 1080 x 1920 | Hasta 60 seg | $ 750.000 | COMUNICADOS | | | | ENTREVISTAS | [illegible] | [illegible] | $350.000 | PODCAST | [illegible] | [illegible] | $250.000 |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Max 15 seg | $ 75.000 | | | | | PODCAST | [illegible] | [illegible] | $250.000 | | | | |
| | | LIVE | [illegible] | [illegible] | $ 500.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | [illegible] | [illegible] | $ 350.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | [illegible] | [illegible] | $ 250.000 | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del | |
| | Nombre del gerente del | |
| | celular de | |
| | Correo | |

| MEDIO | INSTAGRAM I FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AMOTE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICAS | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| SOLO NOTAS | | POST | 1.200 x 1.200 | | | BANNER | Medidas | | $ 0 | SHORTS | Video Vertical | Hasta 60 seg | | ENTREVISTAS | Formato Largo Video Vertical | Minutos a más | |
| | | REEL | 1080 x 1920 | Max 90 seg | | COMUNICADOS | | | $ 0 | ENTREVISTAS | Video Horizontal | Variable 5 min | | PODCAST | Audio/Video Vertical | Máximo 10 min | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Hasta 30 seg | | | | | | PODCAST | Audio/Video Horizontal | Máximo 10 min | | | | | |
| | | LIVE | A discreción | Mínimo 5 min | | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | A discreción | Mínimo 5 min | | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | Horizontal/Vertical | Máximo 10 min | | | | | | | | | | | | | |

Buenas tardes,

[illegible]

Quedo muy atenta a sus comentarios.
Saludos

PRISA MEDIA

ANDREA GIRALDO R.

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

CARACOL RADIO

| | |
|---|---|
| PLAN | [illegible] |
| CLIENTE | GOBERNACION DE RISARALDA |
| PLAN | [illegible] |
| DURACION CUÑA | [illegible] |

RADIO

| CIUDAD | EMISORA | PROGRAMACION | FORMATO | UNA VEZ CON DCTO | IVA 19% | NETO (INCLUIDO) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| PEREIRA | CARACOL 1060 AM | LUNES A VIERNES DIA HABIL | GRABADA 30" | 41.600 | $7.904 | $49.504 |
| PEREIRA | CARACOL | NOTICIERO LOCAL LUNES A VIERNES | GRABADA 30" | 19.000 | $3.610 | $22.610 |
| PEREIRA | W RADIO 93.7 FM | LUNES A VIERNES DIA HABIL | GRABADA 30" | 168.400 | $30.834 | $199.234 |
| PEREIRA | W RADIO 93.7 FM | PROGRAMACION W LUNES A VIERNES DIA | GRABADA 30" | 72.000 | $13.680 | $85.680 |
| PEREIRA | W RADIO 93.7 FM | W FIN DE SEMANA SABADOS Y DOMINGOS | GRABADA 30" | 21.000 | $4.095 | $25.595 |
| PEREIRA | TROPICANA 93.7 FM | PEREIRA LUNES A VIERNES DIA | GRABADA 30" | 31.600 | $6.004 | $37.604 |
| PEREIRA | TROPICANA 93.7 FM | PEREIRA LUNES A VIERNES DIA | MENCION 20" | 28.000 | $5.320 | $33.320 |
| PEREIRA | TROPICANA 93.7 FM | MUSICAL LUNES A DOMINGO | GRABADA 30" | 26.400 | $5.054 | $31.454 |
| PEREIRA | TROPICANA 93.7 FM | MUSICAL LUNES A DOMINGO | MENCION 20" | 24.300 | $4.617 | $28.917 |
| PEREIRA | TROPICANA 93.7 FM | REMOTOS | | 1.750.000 | $332.500 | $2.082.500 |
| PEREIRA | BESAME 93.7 FM | MAÑANA LUNES A VIERNES DIA | GRABADA 30" | 26.500 | $5.035 | $31.535 |
| PEREIRA | BESAME 93.7 FM | MAÑANA LUNES A VIERNES DIA | MENCION 20" | 24.200 | $4.598 | $28.798 |
| PEREIRA | BESAME 93.7 FM | MUSICAL LUNES A DOMINGO | GRABADA 30" | 23.500 | $4.465 | $28.084 |
| PEREIRA | BESAME 93.7 FM | MUSICAL LUNES A DOMINGO | MENCION 20" | 21.500 | $4.085 | $25.585 |
| PEREIRA | BESAME 93.7 FM | REMOTOS | | 1.820.000 | $342.000 | $2.162.000 |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Para: Dirección de Prensa | Comunicaciones Cooparmenia

Cordial saludo

Por medio del presente me permito enviar la información solicitada sobre las pautas vigentes para el año 2021 de medios digitales Bello en Vivo y Cooparmenia

Diego Mauricio Bahi Escobar
Director Bello en Vivo - Celular 3105529155

Mauricio Barrios
Área comercial - Celular 3117269751

Seleccionar Eliminar

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | Bello en Vivo |
| | Nombre del gerente del medio: | Diego Mauricio Bahi Escobar |
| | Celular de contacto: | 3105529155 |
| | Correo electrónico: | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ENLACE CREACION | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| Publicar en Bello | PAG | POST | 1.080 x 1.350 | | $ 170.000 | BANNER | Estático | | | SHORTS | Video vertical | Hasta 60 seg | | ENTREVISTA | Contenido propio | Mínimo 5 min | |
| | | REELS | 1080 x 1920 | Más de 60 seg | $ 110.000 | CONMEMORATIVO | | | | ENTREVISTAS | Video horizontal | Mínimo 5 min | | PODCAST | Podcast | | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Más de 60 seg | $ 100.000 | | | | | PODCAST | Podcast horizontal | Mínimo 10 min | | | Contenido patrocinado | Mínimo 10 min | |
| | | 360 | 4K (horizontal) | Mínimo 5 min | $ 600.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | ON DEMAND | 4K (horizontal) | Mínimo 5 min | $ 500.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | Instagram vertical | Mínimo 10 min | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

Ana Milena García Serna
Ejecutiva de Cuenta
El Diario del Otún

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

## MEDIO DE PRENSA: El Diario

| MEDIO | BANNER EN PORTAL WEB | | | VIDEO PORTAL WEB | | | FACEBOOK LIVE | | PAGINA EN REVISTA ESPECIALES | | | FRANJA PROMOCIONAL | | OTROS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | TAMAÑO | DURACION | VALOR | UBICACION | DURACION | VALOR | DURACION | VALOR | TAMAÑO | VALOR POR MES | REVISTAS | VALOR PAGINA | DURACION | VALOR | DESCRIPCION | VALOR POR |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Ana Milena García Sema

## MEDIO DE PRENSA: Chubo Pereira

| MEDIO | BANNER EN PORTAL WEB | | | VIDEO PORTAL WEB | | | FACEBOOK LIVE | | AVISO DE PRENSA DIFERENTES TAMAÑOS | | PÁGINA EN REVISTAS ESPECIALES | | TRANSMISIÓN ESPECIAL PROGRAMA DEL GOBERNADOR | | OTROS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | TAMAÑO | DURACIÓN | VALOR | DESCRIPCIÓN TIEMPO | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | TAMAÑOS | VALOR POR SALIDA | REVISTAS | VALOR PÁGINA | DURACIÓN | VALOR | DESCRIPCIÓN | VALOR POR UNIDAD |
| | 728 X 250 | 1 MES | $ 2.297.520 | 1 MINUTO | 1 SEMANA | $ 912.080 | 1 MINUTO | $ 752.800 | PAGINA ENTE | $ 8.374.000 | | | 1 MINUTO | $ 912.080 | CAPSULAS | $ 4.374.400 |
| | | 15 DIAS | $ 1.512.300 | | 15 DIAS | $ 1.644.000 | 15 MINUTOS | $ 977.520 | PORTADA PAG | $ 10.800.000 | | | 15 MINUTOS | $ 840.300 | CONTENIDO PATROCIN | $ 7.127.080 |
| | | 8 DIAS | $ 922.800 | | 8 MES | $ 1.644.000 | 30 MINUTOS | $ 1.174.560 | MITAD PAGINA | $ 7.087.000 | | | 30 MINUTOS | $ 1.474.560 | | |
| | | | | | | | | | CUARTO DE | $ 5.413.000 | | | | | | |
| | 160 X 600 | 1 MES | $ 2.150.400 | 1 MINUTOS | 1 SEMANA | $ 1.408.560 | POST FACEBO | $ 752.800 | | | | | | | | |
| | | 15 DIAS | $ 1.407.400 | | 15 DIAS | $ 2.817.210 | POST DESTAC | $ 752.800 | | | | | | | | |
| | | 8 DIAS | $ 938.700 | | 1 MES | $ 5.634.420 | HISTORIA FA | $ 400.900 | | | | | | | | |
| | 728 X 90 | 1 MES | $ 4.183.650 | | | | | | | | | | | | | |
| | | 15 DIAS | $ 2.510.200 | | | | | | | | | | | | | |
| | | 8 DIAS | $ 1.605.250 | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

Para: Oficina de Prensa y Comunicaciones Dosquebradas

Buenos días

En el siguiente envío, les remito documentos como se han solicitado, quedo atenta a poder responder a nuevas preguntas y a realizar el procedimiento de contratación a través de la administración de Dosquebradas, así dar a conocer las acciones que realiza el Alcalde Roberto Jaramillo, quedo muy atenta.

Cordial Saludo,

María Vargas
Periodista
Cel: 311 546 34 21

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio | Eje Paga - Maria Vargas |
| | Nombre del gerente del medio | |
| | celular de contacto | 311 546 34 21 |
| | Correo electrónico | |

| MEDIO | INSTAGRAM Y FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACION | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| Eje Paga - Maria Vargas | | POST | | | | BANNER | Medidas | | | SHORTS | Video vertical | Hasta 60 seg | | Reel/Historias | Contenido propio | Máximo 3 min | |
| | | VIDEO | | | | COMBINACION | | | | LONGITUDINAL | Video horizontal | Hasta 3 min | | | Video con CTA | | |
| | | HISTORIA | | | | | | | | PODCAST | Solo contenido audiovisual | Mínimo 15 min | | PODCAST | Producción propia | Mínimo 15 min | |
| | | LIVE | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | | | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| MEDIOS DIGITALES | Nombre del | |
|---|---|---|
| | Nombre del gerente del | |
| | celular de | |
| | Correo | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | REDES | | | | OMEGA | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ACEPTO CREATIVOS | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| Castilla Pose Ejo | 2019 | POST | | | | BANNER | | | | INVISTA | | | | INTERVENTAS | | | |
| | | REEL | | | | | | | | EXTERVENTAS | | | | | | | |
| | | HISTORIA | | | | | | | | PODCAST | | | | PODCAST | | | |
| | | LIVE | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS PODCAST | | | | COMUNICADOS | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| | | |
|---|---|---|
| RADIO | Nombre del medio: | La Ciber Radio 94.2 Fm |
| | Nombre del gerente del medio: | Marco Aurelio Correa Jaramillo |
| | celular de contacto: | 3202340078 |
| | Correo electrónico: | laciberradio1@gmail.com |

| CADENA RADIAL | EMISORA | CUÑAS | | MENCIONES | | REMOTO | | ENTREVISTAS | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR | DURACIÓN | VALOR |
| | | 20 Seg | 7.000 | 30 seg | 18.000 | 1 Hora | 500.000 | 0 a 5 minutos | 300.000 |
| | | 30 Seg | 9.000 | 1 minuto | 27.000 | 2 Horas | 800.000 | 5 a 10 minutos | 420.000 |
| | comunitaria | Otro | | Otro | | | | 10 a 15 minutos | 540.000 |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | |
|---|---|---|
| | Nombre del gerente del medio: | |
| | Celular de contacto: | |
| | Correo electrónico: | |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK @radiomediopienso | | | | | PAGINA WEB www.radiomedio.com | | | | TIKTOK @radiomediopienso | | | | TWITTER @radiomediopienso | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACION | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| La Voz Radio 96.2 Fm | 5 | POST | | | $ 25.000 | BANNER | 728 X 90 px | 30 días | $ 600.000 | SPOTS | | | $ 175.000 | ENTREVISTAS | | | $ 140.000 |
| | | REEL | | | $ 45.000 | | 1200 x 100 px | 30 días | $ 250.000 | ENTREVISTAS | | | | PODCAST | | | |
| | | HISTORIA | | | $ 40.000 | COMPRESIVO | | | | PODCAST | | | | | | | |
| | | LIVE | | | $ 200.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | | | $ 150.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | | | | | | | | | | | | | | | |

Para: Oficina de Prensa y Comunicaciones Oficina de Prensa

Buenas noches, Hago llegar la oferta publicitaria de nuestro medio de comunicación. Agradezco la atención.

Atento
José Fernando Bustamante Tangarife

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

| MEDIOS DIGITALES | |
|---|---|
| | |
| | |
| | |
| | |

| MEDIO | RECEGIDA / FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ARE DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| COMUNICACIÓN SOCIAL Y DEPORTES | 1 de agosto de 2021 al 31 / agosto/2024 | FEED | | | $ 301.500 | BANNER | | | | | | | | | | | |
| | | REEL | | | $ 760.500 | COMUNICADOS | | | | | | | | | | | |
| | | HISTORIA | | | $ 240.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | LIVE | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | INFOGRAFIAS | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | POST A ST | | | | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE | PRENSA Y

Señores
Municipio de Envigado
ATT. Oficina Asesora de Comunicaciones

Cordial saludo,
envío archivo con la información para el contrato

Atentamente

Cesar Augusto Mejía Ocampo
Cesar mejia de tamaño de 64

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del | Cesar Mejia / El periodico del sur |
| | Nombre del gerente del | Cesar Augusto Mejia Ocampo |
| | celular de | 3104154551 |
| | Correo | mejiadelsur@gmail.com |

| MEDIO | INSTAGRAM Y FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| Cesar Mejia / El periodico del sur | 1/01/2010 | POST | 1.200 x 1.200 | | $ 50.000 | BANNER | Portada | | | SHORTS | Video vertical | Hasta 60 seg | | ENTREVISTAS | Concepto propio<br>Video vertical | Minimo 3 min | $ 200.000 |
| | | REELS | 1080 x 1920 | Más 60 seg | $ 50.000 | SIN ANUNCIOS | | | | ENTREVISTAS | Video Horizontal | Minimo 3 min | | | | | |
| | | HISTORIAS | 1080 x 1920 | Más 15 seg | $ 50.000 | | | | | PODCAST | Horizontal/vertical | Minimo 10 min | | PODCAST | Horizontal/vertical | Minimo 10 min | $ 300.000 |
| | | LIVE | Si disponible | Minimo 5 min | | | | | | | | | | POST | | | $ 50.000 |
| | | ENTREVISTAS | Si disponible | Minimo 3 min | $ 200.000 | | | | | | | | | REEL | | | $ 80.000 |
| | | PODCAST | Horizontal/vertical | Minimo 10 min | $ 300.000 | | | | | | | | | | | | |

MUNICIPIO DE DOSQUEBRADAS | PRENSA Y COMUNICACIONES

[illegible]

[illegible]

Buenos días

Adjuntamos cuadro Tarifas Comerciales

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio | |
| | Nombre del propietario del medio | |
| | celular de contacto | |
| | CORREO electrónico | |

| MEDIO | INSTAGRAM Y FACEBOOK | | | | | PAGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIK TOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACION | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERISTICA | TIEMPO | VALOR |
| Calle Caliente Noticias | 2018 | POST | 1.200 x 1.200 | 1 Semana | 500.000 | BANNER | (PEQUE) | 1 Semana | 500.000 | SHORTS | | | | | | | |
| | | | | 15 Días | 1.125.000 | | | 15 Días | 1.125.000 | | | | | | | | |
| | | | | 1 Mes | 2.400.000 | | | 1 Mes | 2.400.000 | | | | | | | | |
| | | REEL | 1080 x 1920 | 1 Semana | 400.000 | DUPLICADOS | | | NA | | | | | | | | |
| | | | | 15 Días | 900.000 | | | | | PODCAST | | | | | | | |
| | | | | 1 Mes | 1.800.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | 1 Semana | 500.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 15 Días | 1.125.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 1 Mes | 2.400.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | LIVE | 4 minutos en | 1 Semana | 1.500.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 1 Mes | 2.700.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 2 Meses | 5.400.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | 4 minutos en | 2 Semana | 1.000.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 1 Mes | 2.000.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 2 Meses | 4.000.000 | | | | | | | | | | | | |
| Calle Caliente Noticias | 2018 | PODCAST | Duración Tiempo | 30 Días | NA | | | | | | | | | | | | |

*TUTO CARVAJAL (Tutogol Radio)*
***Transmisiones Deportivo Pereira 8 Ind. Santa Fe***
Deporte & Salud: Tutogolradio.com
[illegible]

| | | |
|---|---|---|
| MEDIOS DIGITALES | Nombre del | [illegible] |
| | Nombre del gerente del | [illegible] |
| | celular de | [illegible] |
| | Correo | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | YOUTUBE | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | FECHA DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| TUTOGOL RADIO | 2017 | POST | [illegible] | | | BANNER | [illegible] | [illegible] | | SHORTS | [illegible] | [illegible] | | ENTREVISTAS | [illegible] | [illegible] | |
| | | REELS | [illegible] | [illegible] | | COMUNICADOS WEB | | [illegible] | | ENTREVISTAS | [illegible] | [illegible] | | | [illegible] | | |
| | | HISTORIA | [illegible] | [illegible] | | | | | | PODCAST | [illegible] | [illegible] | | PODCAST | [illegible] | [illegible] | |
| | | LIVE | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | | |
| | | ENTREVISTAS | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | | |
| | | PODCAST | [illegible] | [illegible] | | | | | | | | | | | | | |

102

Saludo cordial,

Cotizar Comunicaciones Alcaldía de Dosquebradas

A continuación comparto el formato de inversión solicitado por usted. Quedamos atentos a cualquier inquietud y enviamos también nuestra propuesta de pauta con el fin de El Progreso Noticias.

Por otra parte, enviamos algunos tarifarios a nuestro alrededor a cuenta a sus Clientes con el fin de cotizaciones correspondientes.

De antemano, muchas gracias.

Atentamente, equipo de El Progreso Noticias

| MEDIOS DIGITALES | Nombre del medio: | El Progreso Noticias |
|---|---|---|
| | Nombre del gerente del medio: | Cristian Camilo Losada |
| | Celular de contacto: | 3 [illegible] |
| | Correo electrónico: | [illegible] |

| MEDIO | INSTAGRAM / FACEBOOK | | | | | PÁGINA WEB | | | | PANTALLA | | | | TIKTOK | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO DE CREACIÓN | FORMATO | TAMAÑO | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR | FORMATO | CARACTERÍSTICA | TIEMPO | VALOR |
| El Progreso Noticias @elprogreso_noticias | 2021 | POST | 1.200 x 1.200 | | $ 175.000 | BANNER | Horizontal | N/A | | BANNER | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] | [illegible] |
| | | REEL | 1080 x 1920 | Máx 60 seg | $ 150.000 | Intersticial | | N/A | | INTERSTITIAL | [illegible] | [illegible] | [illegible] | | | | $ 90.000 |
| | | HISTORIA | 1080 x 1920 | Máx 15 seg | $ 75.000 | | | | | POST 360° | [illegible] | [illegible] | [illegible] | POST 360° | [illegible] | [illegible] | N/A |
| | | LIVE | 1 día antes | 4 horas Live | $ 250.000 | | | | | | | | | LIVE | [illegible] | [illegible] | $ 185.000 |
| | | INTERVIEW | 1 día antes | 4 horas Live | $ 250.000 | | | | | | | | | | | | |
| | | POST 360° | [illegible] | Máximo 30 seg | N/A | | | | | | | | | | | | |