1. DENOMINACIÓN DEL BIEN O SERVICIO

Prestar servicios de agencia de medios, para apoyar la gestión de comunicaciones institucionales del Instituto Colombiano de Antropología e Historia – ICANH, incluyendo la planeación, gestión y ejecución de acciones estratégicas de divulgación, posicionamiento institucional y actividades complementarias asociadas.

2. CÓDIGO ESTÁNDAR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE NACIONES UNIDAS (UNSPSC)

Con el fin de identificar, clasificar y delimitar de manera adecuada los bienes y servicios requeridos para la ejecución del presente proceso contractual, se procede a relacionar los códigos de clasificación económica y de contratación aplicables, conforme a los estándares utilizados en los procesos de contratación pública.

La inclusión de estos códigos permite homologar los servicios objeto de la contratación, facilitar la identificación de proveedores en el mercado, asegurar la coherencia con el objeto contractual y servir como referencia para la elaboración del estudio de mercado y la estructuración técnica del proceso. En este sentido, los códigos que se presentan a continuación corresponden a los servicios de pauta, producción y difusión de contenidos audiovisuales y comunicacionales requeridos, sin perjuicio de que, durante la ejecución contractual, puedan emplearse códigos complementarios de acuerdo con las necesidades específicas de la Entidad.

Grupo	Segmento	Familia	Clase	Nombre Producto
F	82000000 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Graficas y Bellas Artes	82100000 - Publicidad	82101800 - Servicios de agencia de publicidad	82101800 - Servicios de agencia de publicidad
F	81000000 - Servicios Basados en Ingeniería, Investigación y Tecnología	81160000 - Entrega de servicios de tecnología de información	81161700 - Servicios de telecomunicaciones	81161700 - Servicios de telecomunicaciones
F	82000000 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Graficas y Bellas Artes	82100000 - Publicidad	82101500 - Publicidad impresa	82101500 - Publicidad impresa
F	82000000 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Graficas y Bellas Artes	82100000 - Publicidad	82101600 - Publicidad difundida	82101600 - Publicidad difundida
F	82000000 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Graficas y Bellas Artes	82100000 - Publicidad	82101900 - Colocación y cumplimiento de medios	82101900 - Colocación y cumplimiento de medios
F	82000000 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Graficas y Bellas Artes	82110000 - Escritura y traducciones	82111800 - Servicios editoriales y de soporte	82111800 - Servicios editoriales y de soporte
F	82000000 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Graficas y Bellas Artes	82110000 - Escritura y traducciones	82111900 - Servicios de noticias y publicidad	82111900 - Servicios de noticias y publicidad
F	82000000 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Graficas y Bellas Artes	82120000 - Servicios de reproducción	82121600 - Grabado	82121600 - Grabado

Grupo	Segmento	Familia	Clase	Nombre Producto
F	82000000 - Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Graficas y Bellas Artes	82120000 - Servicios de reproducción	82121800 - Publicación	82121800 - Publicación
F	83000000 - Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	83120000 - Servicios de información	83121700 - Servicios de comunicación masiva	83121700 - Servicios de comunicación masiva

3. BIENES Y/O SERVICIOS Y UNIDAD DE MEDIDA

Los servicios que conformaran el presente proceso se determinan a continuación:

No.	Servicio	Unidad De Medida
1.Pauta en prensa		
1.1 Circulación nacional		
1.1.1	Pauta en prensa **página entera**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.1.2	Pauta en prensa **media página**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.1.3	Pauta en prensa **cuarto de página**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.1.4	Pauta en prensa **tira horizontal**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.1.5	Pauta en prensa **módulo estándar**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.1.6	Pauta en prensa **aviso clasificado**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.1.7	Pauta en prensa **Infografía especia**l. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.2 Circulación regional		
1.2.1	Pauta en prensa **página entera**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.2.2	Pauta en prensa **media página**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.2.3	Pauta en prensa **cuarto de página**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.2.4	Pauta en prensa **tira horizontal**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.2.5	Pauta en prensa **módulo estándar**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.2.6	Pauta en prensa **aviso clasificado**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
1.2.7	Pauta en prensa **Infografía especia**l. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica	Un
2. Pauta en radio		
2.1 A nivel nacional		
2.1.1 Franja prime		
2.1.1.1	Pauta en radio **franja prime**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de 15" de duración**	Un
2.1.1.2	Pauta en radio **franja prime**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de 30" de duración**	Un
2.1.1.3	Pauta en radio **franja prime**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de un (1) minuto de duración**	Un
2.1.1.4	Menciones en vivo. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un

No.	Servicio	Unidad De Medida
2.1.1.5	Microprogramas de hasta 5 minutos. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
2.1.1.6	Entrevistas patrocinadas. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
2.1.2 Franja valle		
2.1.2.1	Pauta en radio **franja valle**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de 15" de duración**	Un
2.1.2.2	Pauta en radio **franja valle**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de 30" de duración**	Un
2.1.2.3	Pauta en radio **franja valle**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de un (1) minuto de duración**	Un
2.1.2.4	Menciones en vivo. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
2.1.2.5	Microprogramas de hasta 5 minutos. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
2.1.2.6	Entrevistas patrocinadas. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
2.2 A nivel regional		
2.2.1 Franja prime		
2.2.1.1	Pauta en radio **franja prime**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de 15" de duración**	Un
2.2.1.2	Pauta en radio **franja prime**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de 30" de duración**	Un
2.2.1.3	Pauta en radio **franja prime**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de un (1) minuto de duración**	Un
2.2.1.4	Menciones en vivo. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
2.2.1.5	Microprogramas de hasta 5 minutos. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
2.2.1.6	Entrevistas patrocinadas. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
2.2.2 Franja valle		
2.2.2.1	Pauta en radio **franja valle**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de 15" de duración**	Un
2.2.2.2	Pauta en radio **franja valle**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. Cuña de **30" de duración**	Un
2.2.2.3	Pauta en radio **franja valle**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Cuña de un (1) minuto de duración**	Un
2.2.2.4	Menciones en vivo. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
2.2.2.5	Microprogramas de hasta 5 minutos. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
2.2.2.6	Entrevistas patrocinadas. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
3. Pauta en Televisión		
3.1 A nivel nacional		
3.1.1 Franja prime		

No.	Servicio	Unidad De Medida
3.1.1.1	Spot en televisión **franja prime**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Spot de 15" de duración**	Un
3.1.1.2	Spot en televisión **franja prime**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Spot de 30" de duración**	Un
3.1.1.3	Spot en televisión **franja prime**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Spot de 60" de duración**	Un
3.1.2 Franja valle		
3.1.2.1	Spot en televisión **franja valle**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Spot de 15" de duración**	Un
3.1.2.2	Spot en televisión **franja valle**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Spot de 30" de duración**	Un
3.1.2.3	Spot en televisión **franja valle**. De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. **Spot de 60" de duración**	Un
4. Pauta digital		
4.1	Campaña de búsqueda (Search) De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
4.2	Campaña de Display De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
4.3	Campaña de video De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
4.4	Facebook / Instagram Banner (Costo por 1000 clics) De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
4.5	YouTube Bumper Ad (Costo por 1000 impresiones) De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
4.6	Post patrocinado estático - 1080x1080 px	Un
4.7	Post patrocinado estático - 1080x1350 px	Un
4.8	Post patrocinado estático - 1200x628 px	Un
4.9	Carrusel de imágenes - 1080x1080 px por imagen - Hasta 10 imágenes por publicación	Un
4.10	Video corto - Hasta 6 segundos	Un
4.11	Video estándar - 15 a 30 segundos	Un
4.12	Video largo - 31 a 60 segundos	Un
4.13	Reels / historias patrocinadas - Cotenido Efimero	Un
4.14	Campañas de engagement - Encuestas, interacciones y descargas	Un
5. Contratación con Influenciadores (Formatos de contenido: Publicaciones orgánicas con menciones estratégicas, historias con enlaces directos a recursos del ICANH, videos colaborativos destacando programas estratégicos, reseñas y testimonios en blogs, YouTube y redes sociales)		
5.1	Microinfluenciadores (5K-50K seguidores) De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
5.2	Influenciadores medianos (50K-500K seguidores) De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un
5.3	Macroinfluenciadores (500K+ seguidores) De acuerdo con lo establecido en la ficha técnica.	Un

PORCENTAJE DE INTERMEDIACIÓN

En atención a la naturaleza del contrato y a las dinámicas propias del mercado de agencias de medios y servicios asociados, se contempla la aplicación de un porcentaje de intermediación como parte del esquema de ejecución del contrato. Dicho porcentaje corresponde a los costos asociados a la gestión, planeación, coordinación, negociación y administración de los servicios contratados.

SERVICIO	RANGO DE PRESUPUESTO (desde-hasta)	Unidad de Medida
Intermediación asociada a la prestación del servicio de agencia de medios (conforme a la Ficha de Condiciones Técnicas)	$50.000.001 - $100.000.000	Servicio
	$100.000.001 - $150.000.000	Servicio
	$150.000.001 - $200.000.000	Servicio

La aplicación del porcentaje de intermediación no será discrecional, y deberá realizarse previa notificación y justificación por parte del proveedor, indicando las condiciones bajo las cuales se propone su reconocimiento. En todo caso, su aplicación estará sujeta a la revisión, verificación y aprobación de la supervisión del contrato, conforme a las reglas y procedimientos que se establezcan en los documentos técnicos y contractuales del proceso.

El reconocimiento del porcentaje de intermediación deberá garantizar criterios de razonabilidad, eficiencia y economía, y estará soportado en la información y documentación que permita verificar su pertinencia dentro de la ejecución contractual..

4. NORMATIVIDAD APLICABLE ESPECÍFICA PARA EL SERVICIO Y/O BIEN

Para la ejecución del presente contrato, el contratista deberá cumplir con la normatividad vigente aplicable a la producción, difusión y emisión de contenidos comunicacionales y audiovisuales, así como a la utilización de espacios en medios de comunicación. En particular, deberá observar lo dispuesto en la Ley 182 de 1995, por la cual se regula el servicio público de televisión; la Ley 1341 de 2009, que establece el marco general de las tecnologías de la información y las comunicaciones; y la Ley 1978 de 2019, en lo relacionado con la prestación de servicios audiovisuales y de comunicación. De igual manera, deberá dar cumplimiento a la Ley 23 de 1982 y demás normas concordantes sobre derechos de autor y derechos conexos, garantizando que las piezas utilizadas cuenten con las autorizaciones correspondientes para su difusión. Asimismo, el contratista deberá atender las disposiciones sobre protección de datos personales contenidas en la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios, cuando en el desarrollo del servicio se recolecte o trate información personal, y cumplir

con la normatividad sobre contenidos, franjas horarias y responsabilidad social de los medios, aplicable a radio y televisión, de acuerdo con la naturaleza del servicio contratado.

5. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS DE LOS INSUMOS, BIENES, PRODUCTOS, OBRAS O SERVICIOS A ENTREGAR

5.1 PRENSA

La pauta en prensa se realizará mediante la publicación de piezas gráficas e informativas en medios impresos de circulación nacional y regional, de acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. La publicación de los avisos se efectuará en secciones acordes al medio, preferiblemente en las secciones de Cultura, según el formato editorial de cada periódico.

La pauta en prensa deberá cumplir, como mínimo, con las siguientes especificaciones:

- Publicación de avisos en medios de comunicación de circulación nacional y regional.
- Definición del tamaño de la publicación, desde media página hasta página entera, según la necesidad comunicacional.
- Propuesta de secciones acordes al medio, preferiblemente en Cultura, Sociedad o Editoriales.
- Adecuación del diseño y diagramación a las especificaciones técnicas de cada periódico, teniendo en cuenta que las dimensiones pueden variar según el medio.
- Coordinación con los medios para garantizar la correcta publicación de la gráfica o infografía institucional.

Formatos, tamaños y medidas de la pauta

Se podrán contratar los siguientes formatos en circulación nacional y regional:

- Página entera: 55 cm x 40 cm
- Media página: 27,5 cm x 40 cm
- Cuarto de página: 20 cm x 27,5 cm
- Tira horizontal: 55 cm x 10 cm
- Módulo estándar: 10 cm x 10 cm
- Aviso clasificado: 5 cm x 5 cm
- Infografía especial: tamaño variable según el diseño requerido

Los anuncios se ubicarán en secciones estratégicas de los medios, preferiblemente en Cultura, Sociedad o Editoriales. Se recomienda verificar previamente con cada periódico las dimensiones exactas y especificaciones técnicas para asegurar la correcta adaptación de la pauta.

Alcance del servicio
Pauta en prensa – Circulación nacional

La pauta de circulación nacional se realizará en medios de amplia cobertura en el territorio nacional, entre los cuales se podrán considerar, entre otros:

- El Tiempo – Dominical – Debes Saber (Cuerpo 1)
- El Espectador

Pauta en prensa – Circulación regional

La pauta de circulación regional se realizará en medios con cobertura departamental o local, de acuerdo con los territorios de interés institucional, incluyendo, entre otros:

- La Crónica – Armenia (Quindío)
- Diario del Huila / La Nación – Neiva (Huila)
- Diario del Sur – Pasto (Nariño)
- El Colombiano – Medellín (Antioquia)
- El País / Diario de Occidente – Cali (Valle del Cauca)
- La Patria – Manizales (Caldas)
- La Vanguardia / El Frente – Bucaramanga (Santander)
- El Heraldo / La Libertad – Barranquilla (Atlántico)
- Hoy del Magdalena / El Informador – Santa Marta (Magdalena)
- El Pilón – Valledupar (Cesar)
- El Universal – Cartagena (Bolívar)
- La Opinión – Cúcuta (Norte de Santander)
- Llano Siete Días – Villavicencio (Meta)
- El Nuevo Liberal / Diario del Cauca – Popayán (Cauca)
- El Diario – Pereira (Risaralda)
- El Meridiano de Córdoba – Montería (Córdoba)
- Diario del Norte – Riohacha (La Guajira)
- Meridiano de Sucre – Sincelejo (Sucre)
- El Nuevo Día – Ibagué (Tolima)
- Evaluación y Gestión – Leticia (Amazonas)

Entregables y soportes de ejecución
El proveedor deberá entregar:

- Certificación de emisión/publicación de cada aviso.
- Cinco (5) ejemplares físicos de cada periódico en el que se publique la pauta.
- Factura emitida por la agencia de medios, especificando:
- Características técnicas de la publicación
- Medio y sección
- Tamaño del aviso
- Valor del servicio
- Porcentaje de intermediación ofertado (si aplica)

Tiempos estimados

La pauta en prensa se ejecutará en un período estimado de:

- Dos (2) semanas para la coordinación con los medios y publicación de la gráfica.
- Una (1) semana adicional para la entrega de los ejemplares impresos.

En total, se estima un tiempo de ejecución aproximado de tres (3) semanas desde la asignación del servicio.

5.2 **RADIO**

La pauta en radio se realizará mediante la difusión de cuñas sonoras en emisoras de circulación nacional y regional, de acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. Para este servicio se contemplan dos franjas horarias, franja prime y franja valle, y cuñas con duraciones de 15 segundos, 30 segundos y un (1) minuto.

La pauta en radio se desarrollará bajo las siguientes condiciones, conforme a la información suministrada:

- Pauta en franja prime y franja valle.
- Circulación nacional.
- Emisión de cuñas radiales con las siguientes duraciones:
    - 15 segundos
    - 30 segundos
    - Un (1) minuto

Así mismo, la pauta en radio podrá incluir los siguientes formatos, según lo definido en el documento base:

- Cuñas grabadas de 15”, 30” y 1 minuto.

- Menciones en vivo en franjas prime y valle.
- Microprogramas de hasta cinco (5) minutos.
- Entrevistas patrocinadas.

Relación con los medios y soportes

Se establecerá la relación con los medios seleccionados para la difusión de la pauta o cuña sonora en el formato adecuado para su emisión radiofónica. El proveedor deberá entregar una certificación de emisión emitida por el medio de comunicación correspondiente, la cual incluirá información detallada como el nombre de la cadena radial, lugar, periodo de emisión, días de pauta, cliente, referencia del producto emitido, horario, programa radial, tiempo de duración y total de cuñas emitidas.

Así mismo, se requerirá la factura emitida por la agencia de medios, especificando el valor del servicio y el porcentaje de intermediación ofrecido (Si aplica).

Tiempos estimados

Se espera establecer la relación con los medios seleccionados y asegurar la emisión de la pauta o cuña sonora en un plazo aproximado de una (1) semana desde la asignación del servicio. Posteriormente, se aguarda la emisión de la certificación por parte del medio de comunicación en un plazo adicional de una (1) semana. En total, se prevé que esta actividad pueda completarse en un lapso de dos (2) semanas desde el inicio de la asignación.

Alcance de la pauta en radio

Pauta en radio – Nivel nacional

Los medios de alcance nacional incluyen, entre otros:

- RTVC Sistema de Medios Públicos
- Tropicana St.
- La W Radio
- Olímpica St.
- Radio Uno
- Caracol Radio
- RCN Radio
- Blu Radio

- La FM

Pauta en radio – Nivel regional

La pauta regional se realizará en emisoras con cubrimiento local o departamental. La relación de medios es la siguiente:

Emisora	Cubrimiento
Ondas del Amazonas	Leticia (Amazonas)
Fantástica 103 Leticia	Leticia (Amazonas)
La Voz de Antioquia	Medellín (Antioquia)
Radio Autentica - Medellín	Medellín (Antioquia)
Bésame St.	Medellín (Antioquia)
El Sol	Medellín (Antioquia)
Mix St.	Medellín (Antioquia)
Radio Tiempo	Medellín (Antioquia)
Radio Uno	Medellín (Antioquia)
Tropicana St.	Medellín (Antioquia)
Olimpica St.	Medellín (Antioquia)
La FM	Medellín (Antioquia)
Blu Radio	Medellín (Antioquia)
Apartadó St.	Apartadó (Antioquia)
La Voz de Amalfi	Amalfi (Antioquia)
Violeta Stereo	Arauca (Arauca)
Arauca 100.3 Estéreo	Arauca (Arauca)
La Voz del Cinaruco	Arauca (Arauca)
Tiempo Estéreo	Barranquilla (Atlántico)
La Voz del Caribe	Barranquilla (Atlántico)
La Voz de la Costa	Barranquilla (Atlántico)
Mix St.	Barranquilla (Atlántico)
Tropicana St.	Barranquilla (Atlántico)
Bésame St.	Barranquilla (Atlántico)
Emisora Atlántico	Barranquilla (Atlántico)
La Mega St.	Barranquilla (Atlántico)
La Reina	Barranquilla (Atlántico)
Olimpica St.	Barranquilla (Atlántico)
Blu Radio	Barranquilla (Atlántico)
La W	Barranquilla (Atlántico)
Radio Libertad	Barranquilla (Atlántico)
Los 40 Principales	Bogotá D.C.
Candela St.	Bogotá D.C.
La X	Bogotá D.C.
Tropicana St.	Bogotá D.C.
La Kalle	Bogotá D.C.
La Mega St.	Bogotá D.C.
El Sol	Bogotá D.C.
Olimpica St.	Bogotá D.C.
Caracol Radio	Bogotá D.C.
La W	Bogotá D.C.
Radioacktiva	Bogotá D.C.
Blu Radio	Bogotá D.C.
Radio Santafé	Bogotá D.C.
Radio Cordillera	Bogotá D.C.
La voz de Bogotá	Bogotá D.C.

Emisora	Cubrimiento
Colmundo Radio	Bogotá D.C.
Reina FM Estéreo	Cartagena (Bolívar)
Radio Tiempo de Oro FM	Cartagena (Bolívar)
Emisora Fuentes	Cartagena (Bolívar)
Colmundo Radio	Cartagena (Bolívar)
CRB Radio Cadena Radial Boyacense	Tunja (Boyacá)
Armonías Boyacenses	Tunja (Boyacá)
Radio Uno	Tunja (Boyacá)
Positiva 101.1 FM	Tunja (Boyacá)
Caracol Radio	Tunja (Boyacá)
Emisora Reina de Colombia 870AM	Chiquinquirá (Boyacá)
Radio Furatena	Chiquinquirá (Boyacá)
Cadena Radial Auténtica Manizales	Manizales (Caldas)
Radio María de Manizales	Manizales (Caldas)
Metropolitana 103.7 FM	Manizales (Caldas)
Cristalina F.M. Estéreo	Florencia (Caquetá)
Armonías del Caquetá	Florencia (Caquetá)
La Caqueteña	Florencia (Caquetá)
Ondas del Orteguaza	Florencia (Caquetá)
Violeta Estéreo	Yopal (Casanare)
La Voz de Yopal	Yopal (Casanare)
Manantial Estéreo 107.7	Yopal (Casanare)
Caracol Radio	Yopal (Casanare)
Radio 1040	Popayán (Cauca)
La Máxima 89.1 FM	Popayán (Cauca)
Radio Súper Popayán	Popayán (Cauca)
RCN Radio	Popayán (Cauca)
Maravilla Estéreo	Valledupar (Cesar)
Radio Guatapurí	Valledupar (Cesar)
Radio Olímpica FM Estéreo	Valledupar (Cesar)
Ecos del Atrato	Quibdó (Chocó)
Cocomacia Estéreo	Quibdó (Chocó)
Brisas de San Juan	Itsmina (Chocó)
La Voz de Montería	Montería (Córdoba)
Radio Tiempo Estéreo	Montería (Córdoba)
Caracol Radio	Montería (Córdoba)
Radio Olímpica Estéreo	Montería (Córdoba)
Emisora Nueva Época	Fusagasugá (Cundinamarca)
Radio Panamericana	Girardot (Cundinamarca)
Jazmar Estéreo	Cundinamarca
Catedral St.	Zipaquirá (Cundinamarca)
ASOAM	Mosquera (Cundinamarca)
Custodia St.	Inirida (Guainía)
Marandúa Estéreo	San José del Guaviare (Guaviare)
La Voz de Guaviare	San José del Guaviare (Guaviare)
Caracol Radio	San José del Guaviare (Guaviare)

Emisora	Cubrimiento
Cristalina Estéreo	Neiva (Huila)
Radio Surcolombiana	Neiva (Huila)
Caracol Radio	Neiva (Huila)
Radio Olímpica Estéreo	Neiva (Huila)
La Cariñosa	Neiva (Huila)
Cristal Estéreo	Isnos (Huila)
Cardenal Estéreo	Riohacha (La Guajira)
Radio Delfín	Riohacha (La Guajira)
Maicao	Riohacha (La Guajira)
Rumba St.	Riohacha (La Guajira)
Yoruma St.	Maicao (La Guajira)
Radio Magdalena	Santa Marta (Magdalena)
Radio Galeón	Santa Marta (Magdalena)
Radio Olímpica Estéreo	Santa Marta (Magdalena)
RCN Radio	Santa Marta (Magdalena)
Ondas del Meta	Villavicencio (Meta)
La Cariñosa	Villavicencio (Meta)
Radio Uno	Villavicencio (Meta)
Radio Olímpica Estéreo	Villavicencio (Meta)
Camaxagua St.	San Juan de Arama (Meta)
Ecos de Pasto	San José de Pasto (Nariño)
La Voz del Galeras	San José de Pasto (Nariño)
Colmundo Radio	Pasto (Nariño)
Caracol Radio	Pasto (Nariño)
Tropicana St.	Pasto (Nariño)
Radio Mira	San Andrés de Tumaco (Nariño)
Radio Ipiales	Ipiales (Nariño)
Radio Las Lajas	Ipiales (Nariño)
Café St	La Unión (Nariño)
Frecuencia F	Cúcuta (Norte de Santander)
G12 Radio de Cúcuta	Cúcuta (Norte de Santander)
Radio Frecuencia	Cúcuta (Norte de Santander)
La Voz del Norte	Cúcuta (Norte de Santander)
Caracol Radio	Cúcuta (Norte de Santander)
Sabrosa St.	Ocaña (Norte de Santander)
Ecos del Catatumbo	Tibú (Norte de Santander)
Putumayo Estéreo	Mocoa (Putumayo)
Radio Sindamanoy	Mocoa (Putumayo)
Maguaré St.	Mocoa (Putumayo)
Radio Ciudad Milagro	Armenia (Quindío)
La Voz de Armenia	Armenia (Quindío)
Bésame St.	Armenia (Quindío)
Ecos 1360 Radio	Pereira (Risaralda)
La Cariñosa la Voz Amiga	Pereira (Risaralda)
Colmundo Radio	Pereira (Risaralda)
Radio Uno	Pereira (Risaralda)

Emisora	Cubrimiento
Rumba St. San Andrés	San Andrés y Providencia
Caracol Radio	San Andrés y Providencia
Tropicana St.	San Andrés y Providencia
Radio Primavera	Bucaramanga (Santander)
Onda Cinco	Bucaramanga (Santander)
Radio Melodía B/manga	Bucaramanga (Santander)
Colmundo Radio	Bucaramanga (Santander)
Blu Radio	Bucaramanga (Santander)
La Mega	Bucaramanga (Santander)
Radio Piragua	Sincelejo (Sucre)
Radio Sincelejo	Sincelejo (Sucre)
Radio Majagual	Sincelejo (Sucre)
Tolima F.M. Estéreo	Ibagué (Tolima)
Ecos del Combeima	Ibagué (Tolima)
Caracol Radio	Ibagué (Tolima)
La Voz del Valle	Santiago de Cali (Valle del Cauca)
Radio Viva de Cali	Santiago de Cali (Valle del Cauca)
El Sol St.	Cali (Valle del Cauca)
Colmundo Radio	Cali (Valle del Cauca)
Tropicana St.	Cali (Valle del Cauca)
Radio Tiempo	Cali (Valle del Cauca)
Radio Uno	Cali (Valle del Cauca)
Mix St.	Cali (Valle del Cauca)
Bésame St.	Cali (Valle del Cauca)
La Mega St.	Cali (Valle del Cauca)
Olimpica St. Cali	Cali (Valle del Cauca)
Blu Radio	Cali (Valle del Cauca)
La W	Cali (Valle del Cauca)
Voces de Occidente	Guadalajara de Buga (Valle delCauca
Emisora 550 KHZ Vida AM	Mitú (Vaupés)
Yurupari St.	Mitú (Vaupés)
Vida AM de Puerto Carreño	Puerto Carreño (Vichada)
Puerto Carreño St	Puerto Carreño (Vichada)
Toca Stereo	Fusagasugá (Cundinamarca) Mariquita (Tolima), Sogamoso (Boyacá), Antioquia y Huila

5.3 **TELEVISIÓN**

La pauta en televisión se realizará mediante la difusión de comerciales o spots audiovisuales en canales de televisión, de acuerdo con lo establecido en la ficha técnica. Para este servicio se contemplan dos franjas horarias, franja prime y franja valle, y spots televisivos con duraciones de 15 segundos, 30 segundos y un (1) minuto.

Para la pauta en televisión, es necesario cotizar dos franjas, una franja prime y una franja valle, con el fin de definir el presupuesto y el alcance que se puede lograr con las piezas audiovisuales. La difusión se realizará mediante spots televisivos con duraciones de 15", 30" y un (1) minuto, en el formato adecuado para su emisión televisiva, conforme a las condiciones técnicas de cada canal.

Relación con los medios y soportes

Se establecerá la relación con los medios seleccionados para la difusión de la pauta, comercial o spot audiovisual. El proveedor deberá entregar una certificación de emisión emitida por el medio de comunicación correspondiente, la cual incluirá, como mínimo, la siguiente información:

- Nombre del canal de televisión
- Lugar de emisión
- Período de emisión
- Días de pauta
- Cliente
- Referencia del producto emitido
- Horario
- Franja
- Tiempo de duración
- Total de piezas emitidas

Así mismo, se requerirá la factura emitida por la agencia de medios, especificando el valor del servicio y el porcentaje de intermediación ofrecido (si aplica).

Tiempos estimados

Se espera establecer la relación con los medios seleccionados y asegurar la emisión del spot o propaganda en un plazo aproximado de una (1) semana desde la asignación del servicio. Posteriormente, se aguarda la emisión de la certificación por parte del medio de comunicación en un plazo adicional de una (1) semana. En total, se prevé que esta actividad pueda completarse en un lapso de dos (2) semanas desde el inicio de la asignación.

Alcance de la pauta en televisión

La pauta en televisión se realizará a través de los siguientes canales, de acuerdo con las necesidades de comunicación y lo establecido en la ficha técnica:

Ítem o medio de comunicación	Ciudad
RTVC Sistema de Medios Públicos	Bogotá
Telepacífico	Valle del Cauca
Telecaribe	Barranquilla
TeleCafé	Manizales
Canal Trece	Bogotá
Canal 1	Bogotá

5.4 MEDIOS DIGITALES

La pauta en medios digitales comprende la publicación de contenidos patrocinados, anuncios gráficos, anuncios de video y campañas de búsqueda en plataformas digitales, motores de búsqueda, portales informativos y redes sociales, de acuerdo con lo establecido en la ficha técnica y las características propias de cada medio o plataforma.

Los tipos de pautas serán las siguientes:

Tipo de campaña	Formato / Pieza	Especificaciones técnicas	Objetivo	Tipo de compra
Campaña de búsqueda (Search)	Anuncios de texto	15 títulos de hasta 30 caracteres y 4 descripciones de hasta 90 caracteres	Tráfico al sitio web	CPC
Campaña de Display	Banners gráficos	Piezas: 728x90, 300x250, 300x600, 160x600, 320x50. Formatos GIF o JPG. Peso máximo 150 KB	Impresiones	CPM
Campaña de video – Bumper Ads	Video horizontal	Duración máxima de 6 segundos	Impresiones	CPM
Campaña de video – Pre roll	Video horizontal	Duración máxima de 15 segundos	Visualizaciones	CPV

Medios Digitales y formatos específicos

Medio digital	Formato / Ubicación	Especificación
El Tiempo.com	Barra flotante	Ubicada en el home, presencia día
	Contenido patrocinado	Publicidad nativa, presencia fija
	Columna de opinión	Publicación de columna
Revista Cambio.com	Barra flotante	Ubicada en el home, presencia día
	Contenido patrocinado	Publicidad nativa, costo por 1.000 clics
Infobae	Barra flotante	Ubicada en el home, presencia día
	Contenido patrocinado	Publicidad nativa, presencia fija
	Columna de opinión	Publicación de columna

Medio digital	Formato / Ubicación	Especificación
El Espectador	Contenido patrocinado	Publicidad nativa, presencia fija
	Columna de opinión	Publicación de columna
WRadio.com	Contenido patrocinado	Publicidad nativa, costo por 1.000 clics
Magangué Hoy (Magangué)	Barra flotante	Ubicada en el home, presencia día
	Contenido patrocinado	Publicidad nativa, costo por 1.000 clics

Redes sociales – formatos y especificaciones

Plataforma	Formato	Especificación
Facebook / Instagram	Banner	1080x1080 px, ubicado en la página principal
		Costo por 1.000 clics o 1.000 impresiones
YouTube	Bumper Ad	Video de 6 segundos
		Costo por 1.000 impresiones

Formatos adicionales en redes sociales

Tipo de contenido	Especificación
Post patrocinado estático	1080x1080 px
	1080x1350 px
	1200x628 px
Carrusel de imágenes	1080x1080 px por imagen
	Hasta 10 imágenes por publicación
Video corto	Hasta 6 segundos
Video estándar	15 a 30 segundos
Video largo	Hasta 60 segundos
Formatos de video	Vertical (9:16), cuadrado (1:1), horizontal (16:9)
Reels / historias patrocinadas	Contenido efímero
Campañas de engagement	Encuestas, interacciones y descargas

INFLUENCIADORES

Para ampliar el alcance y la credibilidad de la comunicación, se contempla la contratación de influenciadores en distintas plataformas según su audiencia y alineación con los objetivos del ICANH:

- Microinfluenciadores (5K-50K seguidores): Alcance segmentado con alto nivel de interacción.
- Influenciadores medianos (50K-500K seguidores): Buena combinación de alcance y engagement.
- Macroinfluenciadores (500K+ seguidores): Gran visibilidad y viralidad en redes sociales.

Formatos de contenido:

1. Publicaciones orgánicas con menciones estratégicas
2. Historias con enlaces directos a recursos del ICANH
3. Videos colaborativos destacando programas estratégicos
4. Reseñas y testimonios en blogs, YouTube y redes sociales

INCLUSIÓN DE MEDIOS COMUNITARIOS, ALTERNATIVOS Y DIGITALES

En cumplimiento de la directriz presidencial del 13 de septiembre de 2024, que establece que al menos el 33% de la pauta oficial de las entidades públicas debe destinarse a medios comunitarios, alternativos y digitales, el ICANH incluirá este tipo de medios dentro de su estrategia de pauta, en coordinación con la agencia de medios o empresa contratada.

Para la inclusión de estos medios, se realizará una revisión previa de cada medio seleccionado, en la cual se evaluará su alcance territorial, perfil editorial, enfoque cultural y capacidad técnica. Esta revisión será intermediada por la agencia contratista, quien será responsable de coordinar la vinculación técnica y contractual con los medios comunitarios, alternativos o digitales.

Las acciones de pauta en estos medios podrán contemplar, según las características propias de cada uno, los siguientes formatos:

- Cuñas radiales de 15, 30 y 60 segundos.
- Microprogramas temáticos de hasta cinco (5) minutos.
- Menciones en vivo durante franjas relevantes.
- Cobertura de actividades del ICANH, tales como eventos, talleres o conversatorios.
- Entrevistas con voceros institucionales o aliados.
- Notas periodísticas o reportajes producidos en alianza.
- Reproducción de contenidos institucionales previamente elaborados (cápsulas, pódcast o series).
- Piezas gráficas o audiovisuales en plataformas digitales comunitarias.

La selección y adaptación de estos formatos se realizará conforme a los objetivos definidos para cada campaña y de acuerdo con el enfoque territorial correspondiente.

INFORMES Y REPORTES DE SEGUIMIENTO

El contratista de la Agencia de Medios deberá entregar a la supervisión del contrato informes y/o reportes derivados de la ejecución de las acciones de publicidad pagada.

Los informes generados con cada acción de pauta deberán contener información relacionada con el alcance de la publicidad, el rendimiento de la campaña, los costos asociados y las métricas disponibles según el medio o plataforma, de acuerdo con el formato y la periodicidad definidos para cada acción.

Dichos reportes deberán reflejar de manera clara y verificable la ejecución de las pautas realizadas, conforme a las características técnicas de cada servicio contratado.

EQUIPO DE TRABAJO REQUERIDO

Para la adecuada ejecución de los servicios objeto del contrato, el contratista deberá contar con el equipo de trabajo mínimo que se describe a continuación, el cual deberá permanecer disponible durante los meses requeridos para la prestación del servicio, conforme a las condiciones definidas en la presente ficha técnica.

Perfil	Cantidad requerida	Formación académica	Experiencia	% de dedicación
Project Manager – Director de Medios	1	Profesional	Se requiere mínimo **tres (3) años de experiencia** en gestión de proyectos, preferiblemente en el campo de la publicidad o las comunicaciones. Debe demostrar habilidades en planificación, coordinación de equipos y cumplimiento de plazos.	90%
Profesional SEO–SEM	1	Profesional	Se requiere mínimo **dos (2) años de experiencia** en SEO (Optimización para Motores de Búsqueda) y SEM (Marketing en Motores de Búsqueda), con experiencia en mejora de posicionamiento web y aumento de tráfico orgánico y de pago. Debe contar con conocimiento actualizado de tendencias y herramientas de SEO y SEM.	70%

Funciones mínimas del equipo de trabajo

Project Manager – Director de Medios

Planificar, coordinar y hacer seguimiento a la ejecución de las campañas y proyectos.
Definir los objetivos, fases y lineamientos del proceso.
Diseñar y gestionar los proyectos asociados a la prestación del servicio.
Monitorear el cumplimiento efectivo de las actividades y cronogramas establecidos.

Profesional SEO–SEM

Estructurar y realizar analítica web.
Gestionar y priorizar contenidos relevantes.
Detectar y resolver errores asociados al posicionamiento web.
Analizar el tráfico recibido en la web y su evolución.
Crear y optimizar contenidos digitales.
Definir y ajustar palabras clave.
Analizar resultados y métricas.
Proponer mejoras en la usabilidad web.
Realizar pruebas de búsqueda y análisis de resultados.
Mantenerse actualizado frente a las novedades del sector y los cambios en los algoritmos de los motores de búsqueda.

CONDICIONES SOBRE EL EQUIPO DE TRABAJO

La Entidad se reserva el derecho de solicitar las aclaraciones que considere necesarias para verificar el cumplimiento de los requisitos de formación y experiencia exigidos para cada perfil.

Cada profesional deberá ser propuesto para un solo rol o cargo, y no podrá presentarse el mismo profesional para desempeñar diferentes perfiles dentro del equipo de trabajo.

En caso de que, por causas excepcionales no atribuibles al contratista, tales como caso fortuito o fuerza mayor, se requiera la modificación o cambio de algún integrante del equipo durante la ejecución del contrato, este deberá ser aprobado previamente por la Entidad, a través del supervisor del contrato, previa verificación del cumplimiento de los requisitos establecidos para el perfil correspondiente.

El adjudicatario deberá garantizar que durante toda la ejecución del contrato cuente con el equipo de trabajo completo. Para solicitar el cambio de un profesional, el contratista deberá presentar la hoja de vida del candidato propuesto, debidamente soportada, acreditando las mismas o mejores calidades del perfil definido en la ficha técnica.

INFORMES Y REPORTES DE SEGUIMIENTO DE LA EJECUCIÓN

El contratista deberá entregar a la supervisión del contrato informes y/o reportes de seguimiento derivados de la ejecución de las acciones de pauta y divulgación institucional.

Dichos informes deberán contener información relacionada con el alcance de la pauta, el desempeño de las campañas, los costos asociados y las métricas disponibles, de acuerdo con la naturaleza de cada medio o plataforma.

La entrega de los informes se realizará conforme a las condiciones y requerimientos definidos por la Entidad para cada campaña o acción ejecutada.

6. OTROS ASPECTOS

PARTICIPACIÓN INSTITUCIONAL EN EVENTOS AUDIOVISUALES

El ICANH podrá adelantar acciones de participación institucional en festivales de cine y eventos audiovisuales, de acuerdo con su misionalidad y con los acuerdos que se establezcan con las organizaciones o aliados culturales correspondientes.

El tipo de participación será definido caso a caso y no hace parte de los servicios de pauta ni de las acciones de agencia de medios objeto del presente proceso contractual.

ÍTEM O MEDIO DE COMUNICACIÓN	*CIUDAD*	*FECHAS 2026*	*EDICIÓN*	*ESPECIFICACIONES*
Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias (FICCI)	*Cartagena*	*Por confirmar*	*66ª*	*Participación institucional con proyección de piezas y conversatorios sobre patrimonio cultural.*
Festival Internacional de Cine de Cali	*Cali*	*Por confirmar*	*17ª*	*Exhibición de obras relacionadas con la diversidad cultural y patrimonio urbano.*
Festival Internacional de Cine de Villa de Leyva	*Villa de Leyva*	*Por confirmar*	*19ª*	*Presentación de películas enfocadas en historia y patrimonio arquitectónico.*
Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	*Santa Fe de Antioquia*	*Por confirmar*	*25ª*	*Participación en muestras dedicadas a la memoria histórica y tradiciones regionales.*
Festival de Cine Independiente de Sogamoso (FECISO)	*Sogamoso, Nobsa y Tibasosa (Boyacá)*	*Por confirmar*	*10ª*	*Patrocinio de muestras sobre territorios, exhibición audiovisual y visibilidad de marca.*
Santander Festival Internacional de Cine Independiente (SANFICI)	*Bucaramanga (Santander)*	*Por confirmar*	*11ª*	*Participación institucional con proyección de piezas y conversatorios sobre patrimonio cultural.*
Festival Internacional de Cine en las Montañas	*Salento (Quindío)*	*Por confirmar*	*11ª*	*Proyección de documentales sobre comunidades rurales y su patrimonio.*
SiembraFest - Festival de Cine Colombiano al Campo	*Itinerante en zonas rurales*	*Por confirmar*	*11ª*	*Exhibición de cine colombiano en el campo, promoviendo la cultura rural.*

ÍTEM O MEDIO DE COMUNICACIÓN	*CIUDAD*	*FECHAS 2026*	*EDICIÓN*	*ESPECIFICACIONES*
Festival Audiovisual de los Montes de María	*Montes de María (Bolívar y Sucre)*	*Por confirmar*	*14ª*	*Presentación de obras que reflejen la identidad y memoria de las comunidades locales.*
Festival Villa del Cine	*Villa de Leyva (Boyacá)*	*Por confirmar*	*11ª*	*Participación en secciones dedicadas a la historia y cultura regional.*
Festiver - Festival de Cine Verde de Barichara	*Barichara (Santander)*	*Por confirmar*	*15ª*	*Patrocinio de muestras relacionadas con medio ambiente y sostenibilidad, alineadas con el patrimonio natural.*
Quibdó África Film Festival	*Quibdó (Chocó)*	*Por confirmar*	*7ª*	*Exhibición de cine afrodescendiente y promoción de la diversidad étnica.*
Encuentro de Cine del Putumayo	*Putumayo*	*Por confirmar*	*6ª*	*Presentación de obras que aborden temas de interculturalidad y territorio.*
Festival Internacional de Cine por los Derechos Humanos – Colombia (FICDEH)	*Nacional*	*Por confirmar*	*13ª*	*Un evento cultural donde, a través del cine, busca fortalecer las agendas de derechos humanos y su promoción en todo el territorio nacional.*

Nota: El tipo de participación del ICANH en los festivales y eventos audiovisuales será definido de acuerdo con los acuerdos específicos establecidos con cada organización o aliado cultural. Esta participación podrá incluir, entre otros, patrocinio institucional, exhibición de piezas audiovisuales, realización de cine foros, actividades académicas, talleres con comunidades, activaciones culturales o generación de contenidos para memoria

7. OBLIGACIONES ESPECIFICAS CONTRATISTA

En desarrollo del objeto contractual, el contratista deberá cumplir con las siguientes obligaciones, las cuales se ejecutarán conforme a los lineamientos técnicos definidos por el ICANH y a las condiciones establecidas en los documentos del proceso, garantizando la correcta prestación de los servicios contratados durante la vigencia del contrato.

1. Ejecutar las acciones de pauta en prensa, radio, televisión, medios digitales e influenciadores, conforme a los medios, formatos, franjas, espacios y condiciones definidas y aprobadas previamente por el ICANH.
2. Gestionar la difusión de los formatos de pauta previstos en los documentos técnicos del proceso, tales como avisos en prensa, cuñas radiales, spots televisivos, piezas digitales, contenidos patrocinados y acciones con influenciadores, respetando los lineamientos de imagen institucional y previa validación por parte del ICANH cuando aplique.

3. Establecer y coordinar la relación con los medios de comunicación y plataformas seleccionadas para la correcta difusión de la pauta, garantizando que las publicaciones y emisiones se realicen conforme a lo aprobado por la Entidad.
4. Planificar, ordenar y supervisar la emisión de la pauta contratada, verificando el cumplimiento de los horarios, franjas, espacios, formatos y períodos definidos para cada acción.
5. Gestionar la utilización eficiente de los recursos asignados para pauta, adelantando negociaciones con los medios que permitan obtener mejores condiciones económicas, tales como descuentos, bonificaciones o valor agregado, cuando ello sea posible, sin afectar las condiciones técnicas aprobadas.
6. Presentar al ICANH los informes y soportes de ejecución de las acciones de pauta realizadas, incluyendo certificaciones de emisión o publicación, evidencias digitales y las métricas disponibles según el medio o plataforma, conforme a lo definido en los documentos técnicos del proceso.
7. Presentar información relacionada con el desempeño de las campañas, utilizando los indicadores y métricas disponibles de acuerdo con la naturaleza de cada medio, sin exigir mediciones no aplicables al tipo de pauta ejecutada.
8. Designar un ejecutivo de cuenta o enlace operativo como punto de contacto permanente con el ICANH, encargado de la coordinación de las actividades, la atención de requerimientos y la recepción de observaciones del supervisor del contrato.
9. Garantizar el uso adecuado de la imagen institucional del ICANH, de conformidad con los lineamientos y manuales vigentes, y atender las observaciones formuladas por la supervisión del contrato.

8. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Las actividades para la ejecución contractual se realizarán a nivel nacional de acuerdo con los requerimientos técnicos.

9. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del contrato se estima en diez (10) meses, contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato, o hasta el 31 de diciembre de 2025, lo que ocurra primero.

10. FORMA DE PAGO DEL VALOR DEL CONTRATO

Con sujeción a las apropiaciones presupuestales, al Programa Anual Mensualizado de Caja – PAC de la vigencia correspondiente, a la situación de fondos por parte de la Dirección General de Crédito Público y del Tesoro Nacional, y al cumplimiento del trámite administrativo respectivo, el ICANH realizará los pagos al contratista por campañas o acciones efectivamente ejecutadas, de acuerdo con los servicios o productos prestados.

Cada pago se efectuará previa certificación de cumplimiento expedida por el supervisor del contrato y el cumplimiento de los demás requisitos establecidos por el ICANH.

Requisitos específicos por tipo de servicio

Para cada pago, el supervisor deberá haber recibido a satisfacción, cuando aplique, los siguientes soportes:

- Pauta en radio: Certificación de emisión expedida por el medio de comunicación, que contenga como mínimo: nombre de la cadena radial, lugar, período de emisión, días de pauta, cliente, referencia del producto emitido, horario, programa radial, tiempo de duración y total de cuñas emitidas. Adicionalmente, factura emitida por la agencia de medios.
- Pauta en prensa: Entrega de cinco (5) ejemplares de cada periódico donde se hayan publicado los avisos. Así mismo, factura emitida por la agencia de medios, especificando las características técnicas de la publicación, el valor del servicio.
- Pauta digital: Captura de pantalla completa que evidencie la publicación de la pauta en los medios digitales seleccionados, indicando el nombre del sitio web o plataforma, ubicación del anuncio, período de publicación, número de clics, número de impresiones, alcance y demás métricas disponibles según el formato y la plataforma. Se deberá anexar la factura correspondiente con el detalle del servicio prestado.
- Pauta en televisión: Certificación de emisión expedida por el canal de televisión correspondiente, en la cual se indique como mínimo: nombre del canal, lugar de emisión, período y días de pauta, cliente, referencia del producto emitido, horario, franja, duración del spot y total de piezas emitidas. Adicionalmente, se deberá presentar la factura emitida por la agencia de medios, especificando el valor del servicio.
- Medios comunitarios, alternativos y digitales: Certificación de emisión o ejecución expedida por el medio correspondiente, en la que se especifique: nombre del medio, territorio o comunidad de cobertura, tipo de producto emitido (cuña, microprograma, mención, entrevista, nota especial, entre otros), fechas y horarios de difusión, alcance estimado y evidencias documentales (grabaciones, registros visuales o capturas). La factura deberá detallar el valor del servicio.
- Influenciadores y creadores de contenido digital: Evidencias de la publicación del contenido realizado por el influenciador o creador, tales como enlaces activos, capturas de pantalla, registros audiovisuales o métricas disponibles de la plataforma (alcance, visualizaciones, interacciones u otras métricas aplicables), de acuerdo con el formato contratado. Así mismo, se deberá anexar la factura correspondiente emitida por la agencia de medios o por el proveedor autorizado, en la cual se detalle el valor del servicio.

Los pagos se realizarán una vez se hayan prestado los servicios y se hayan entregado los soportes correspondientes, previa aprobación del supervisor del contrato.

NOTA 1: De conformidad con el literal f) del artículo 617 del Estatuto Tributario y el numeral 8 del artículo 11 de la Resolución 042 de 2020 expedida por la DIAN, el contratista deberá discriminar detalladamente en la factura los conceptos de cobro, especificando si corresponde a venta de bienes y/o prestación de servicios, asignando a cada concepto el valor correspondiente, de acuerdo con el nivel de detalle establecido en el Clasificador Central de Productos (CPC) del DANE.

NOTA 2: Cuando el contratista esté obligado a expedir factura de venta conforme a la normatividad tributaria vigente, será requisito indispensable para el pago la presentación de la factura electrónica de venta con validación previa, de conformidad con las disposiciones aplicables.

Nathali Marín García

Profesional Especializado

Comunicaciones

Revisó:

Susana Fandiño Fonseca

Abogada Sub Apropiación