ESTUDIO DEL SECTOR	
Fecha:	18 de marzo de 2026
Dependencia Solicitante:	SECRETARIA DE COMUNICACIONES
Objeto a contratar	Difundir a través de un medio de comunicación digital, las acciones, resultados y logros del Plan de Desarrollo "El Gobierno de la Unidad" alcanzados por la Gobernación del Meta para mejorar la calidad de vida de los metenses.

Con el fin de dar cumplimiento a lo establecido en el Decreto 1082 de 2015 en el **Artículo 2.2.1.1.1.6.1. Deber de análisis de las Entidades Estatales.** La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde las perspectivas legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso" y tomando como orientación la "Guía de Elaboración de Estudio del Sector –GEES – Versión 2" de Colombia Compra Eficiente, la entidad, después de identificar su necesidad, debe definir e investigar el sector al cual pertenece el bien o servicio requerido, las condiciones del mismo para poder identificar los requisitos habilitantes, para lo cual debe tener en cuenta las siguientes áreas:

A. Aspectos generales del mercado

El mercado digital en Colombia ha presentado una expansión sostenida, impulsada por el incremento en el acceso a internet, el uso masivo de dispositivos móviles y la consolidación de las redes sociales como principal canal de consumo de información.

De acuerdo con información del DANE, el acceso a internet en los hogares colombianos ha superado el 80 %, lo cual ha fortalecido el consumo de contenidos digitales y el uso de plataformas web y redes sociales como medios principales de información. Este comportamiento resulta especialmente relevante para las entidades públicas, dado que un porcentaje significativo de los usuarios utiliza internet para consultar información relacionada con trámites, servicios y gestión gubernamental.

En este contexto, los medios digitales se consolidan como canales estratégicos para la divulgación de la gestión pública, la rendición de cuentas y la promoción de programas y proyectos institucionales.

Según las fuentes :

- Reuters Institute Digital News Report 2025 – consumo de noticias por plataforma digital actualizado a 2025.
- Penetración de internet y redes sociales en Colombia a finales de 2025 – DataReportal.
- Acceso a internet (junio 2025) – estudio Ipsos basado en DANE.

El Digital News Report 2025 del Reuters Institute for the Study of Journalism – Universidad de Oxford (edición 2025) continúa demostrando la relevancia del entorno digital para el consumo de noticias e información en Colombia. Aunque en 2025 se evidenció una caída en la confianza general en los medios tradicionales (32 % del total, nivel más bajo registrado), las redes sociales se mantienen como canales predominantes para la difusión y consumo de información. En dicho informe:

- Facebook sigue siendo la plataforma más utilizada para acceder a noticias digitales (47 %), seguida de WhatsApp (35 %), YouTube (34 %) e Instagram (28 %). Además, TikTok ha

mostrado crecimiento en el uso para informarse, alcanzando alrededor de 27 % de los usuarios, lo cual refleja la diversificación de plataformas informativas digitales.

Estos datos ubican a las plataformas digitales como espacios centrales dentro del panorama informativo nacional, especialmente considerando que buena parte del contenido de actualidad se comparte y consume a través de redes y formatos digitales.

Según datos actualizados al final de 2025, el uso de internet en Colombia llegó a aproximadamente 41,7 millones de personas, lo que representó una penetración del 77,8 % de la población total en ese periodo, lo que indica un crecimiento sostenido en la conectividad digital en el país. Al mismo tiempo, el uso de redes sociales abarcó alrededor del 70,4 % de la población total en octubre de 2025, y más del 90 % de los usuarios de internet emplearon al menos una plataforma social en ese mismo periodo, lo que refleja el rol predominante de estos canales en la circulación de información.

El DANE y encuestas complementarias de actores como Ipsos (junio de 2025) señalan que aproximadamente 79 % de los colombianos (más de 31 millones de personas) acceden a internet regularmente, lo cual confirma la relevancia del entorno digital como medio principal para obtener información, trámites y comunicación ciudadana con las entidades públicas.

En la era digital, las redes sociales y las páginas web no solo han desplazado parcialmente a los medios tradicionales como fuentes informativas predominantes, sino que también han abierto espacios que permiten a entidades públicas, como la Gobernación del Meta, comunicar sus planes, proyectos y logros de forma efectiva, transparente e interactiva. Plataformas como Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube y TikTok facilitan la comunicación:

- con públicos urbanos y rurales,
- a través de publicaciones periódicas, transmisiones en vivo, historias y piezas audiovisuales,
- y con métricas en tiempo real que permiten medir el impacto de cada contenido publicado.

Estas métricas permiten ajustar estrategias comunicativas para garantizar que los mensajes institucionales lleguen de forma clara y efectiva a los distintos segmentos de la población, maximizando la cobertura, la participación ciudadana y la rendición de cuentas digital.

De forma complementaria, la perspectiva de la publicidad digital en páginas web y emisoras online demuestra un crecimiento sostenido en Colombia, donde la inversión en medios digitales se ha convertido en una herramienta clave tanto para actores públicos como privados. Las emisoras online y los servicios de streaming con formato audiovisual o de audio a demanda ofrecen posibilidades de segmentación y alcance precisos, lo que mejora la eficiencia en la difusión de contenidos institucionales.

Económico:

Desde el ámbito económico las herramientas digitales pertenecen a las actividades productivas del sector terciario; la economía se divide en diferentes actividades productivas. Estas se clasifican en el sector primario, secundario, los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles, pero, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional. En la Clasificación análoga el sector 10 corresponde al **Sector de comunicaciones:** En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.).

Sector Terciario: (servicios):

El sector servicios es muy importante para la economía, las razones que se pueden mencionar son las siguientes:

- Generalmente en el sector servicios es donde se generan los **acuerdos comerciales** más importantes, tanto a nivel nacional como internacional.
- El sector servicios es un sector donde se desarrollan oportunidades laborales muy importantes para cualquier país
- También en el sector servicios se dan grandes inversiones a nivel internacional.
- Genera **competitividad** y desarrollo. De hecho, mientras más desarrollada es una economía, hay más calidad y diversidad de actividades del sector servicios.
- Para que un producto final llegue a los consumidores, la empresa deberá apoyarse en el sector terciario. En primer lugar, la compañía deberá ser gestionada por administradores, y contar además con asesores en materia contable, jurídica y de recursos humanos. Asimismo, necesitará contar con financiación, por parte de bancos y otros agentes del sector financiero. Finalmente, la empresa deberá asegurarse de que el producto será vendido y entregado a los clientes, lo que implica servicios de transporte, comerciales y de publicidad.
- Para desarrollar su actividad con normalidad, la empresa necesitará hacerlo en una comunidad donde exista un marco jurídico establecido, seguridad interior y una administración que gestione los recursos públicos. Todas estas actividades están englobadas en el sector terciario.

Se incorpora en el presente estudio del sector el Boletín Técnico de la Encuesta Mensual de Servicios (EMS) del II semestre 2025.

Según la información oficial del DANE, al cierre de diciembre de 2025 la variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) fue de 5,1 %, mostrando una moderación frente a 2024 y reflejando el comportamiento de los precios de bienes y servicios en la economía Colombiana (ver tabla 1)

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB SEGUNDO SEMESTRE 2025)

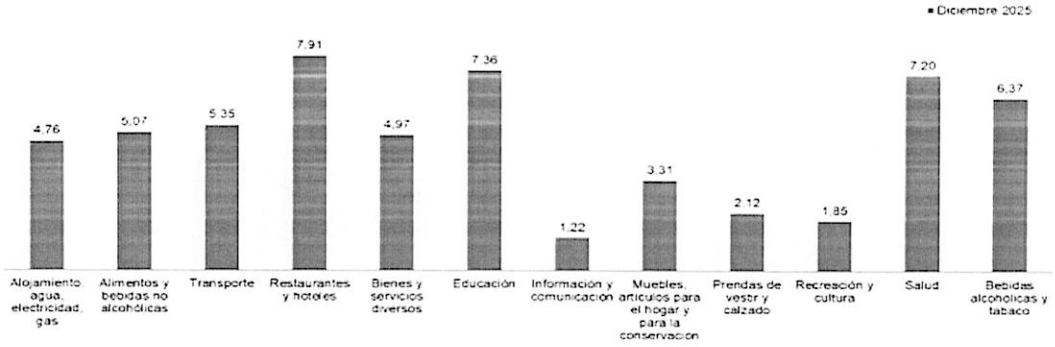
Variación anual y mensual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Total, nacional
2024 - 2025 (diciembre)

IPC	Diciembre			
	Variación Anual		Variación Mensual	
	2024	2025	2024	2025
IPC total	5,20	**5,10**	0,46	**0,27**

Fuente: DANE, IPC.

Según la información oficial del DANE, al cierre de diciembre de 2025 la variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) fue de 5,1 %, mostrando una moderación frente a 2024 y reflejando el comportamiento de los precios de bienes y servicios en la economía colombiana (ver gráfica 1)

Variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Por divisiones de gasto
2025 (diciembre)



Fuente: DANE, IPC
Nota: el orden de los grupos responde a su ponderación dentro de la canasta del IPC (izq – der).

En diciembre de 2025 las mayores contribuciones a la variación anual en las doce divisiones del IPC Total se registraron en las siguientes subclases: arriendo imputado con 0,65 puntos porcentuales, comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio con 0,60 puntos porcentuales y arriendo efectivo con 0,49 puntos porcentuales. Las subclases con las menores contribuciones fueron: papas con -0,11 puntos porcentuales, electricidad con -0,09 puntos porcentuales y arroz con -0,07 puntos porcentuales

De acuerdo con la información oficial del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en el segundo trimestre de 2025 (provisional), el Producto Interno Bruto (PIB), en su serie original, registró un crecimiento del 2,1 **%** frente al mismo período de 2024, lo que evidencia una dinámica económica positiva y sostenida.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Segundo trimestre 2025[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2025[pr]-II / 2024[pr]-II	2025[pr] / 2024[pr]	2025[pr]-II / 2025[pr]-I
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,8	5,3	1,5
Explotación de minas y canteras	-10,2	-7,6	-5,1
Industrias manufactureras	0,9	1,1	1,0
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado[2]	0,9	-0,3	1,0
Construcción	-3,5	-3,3	-0,1
Comercio al por mayor y al por menor[3]	5,6	4,8	0,03
Información y comunicaciones	3,0	1,8	2,3
Actividades financieras y de seguros	2,8	3,0	0,8
Actividades inmobiliarias	2,0	2,0	0,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas[4]	1,5	1,3	0,7
Administración pública, defensa, educación y salud[5]	1,8	2,7	-0,04
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios[6]	7,5	11,4	-2,4
Valor agregado bruto	**2,1**	**2,4**	**0,3**
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,4	2,3	0,3
Producto Interno Bruto	**2,1**	**2,4**	**0,5**

Fuente: DANE, PIB T

El análisis del valor agregado muestra que las actividades que mayor contribución realizaron a la variación anual fueron:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida, con un crecimiento del 5,6 %, aportando 1,1 puntos porcentuales a la variación anual.
- Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, con un crecimiento del **3**,8 %, **contribuyendo con** 0,4 puntos porcentuales.
- Administración pública y defensa; educación; actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales, **con un crecimiento** del 1,8 %, aportando 0,3 puntos porcentuales.

En términos trimestrales, el PIB ajustado por efecto estacional y calendario presentó un crecimiento del **0,5 %** respecto al trimestre inmediatamente anterior.

Resulta especialmente relevante para el presente proceso contractual el comportamiento del sector **Información y comunicaciones**, que registró un crecimiento del **2,3 %** en el trimestre, lo que confirma la expansión y consolidación de las actividades relacionadas con medios digitales, telecomunicaciones y plataformas tecnológicas.

Este desempeño sectorial evidencia que el mercado de servicios de información y comunicaciones mantiene una dinámica favorable, con crecimiento sostenido y fortalecimiento de la infraestructura tecnológica, factores que respaldan la viabilidad técnica y económica del proceso de contratación para la difusión digital de información institucional del Gobierno Departamental.

En consecuencia, el contexto macroeconómico y sectorial demuestra que existen condiciones de mercado adecuadas, oferta suficiente y un entorno económico estable para adelantar el presente proceso bajo la modalidad de mínima cuantía, garantizando eficiencia en la inversión pública y cumplimiento de los fines esenciales de la administración.

Información y comunicaciones

De acuerdo con las cifras oficiales del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), para el segundo trimestre de 2025 (provisional), el sector de Información y comunicaciones presentó un comportamiento positivo en sus principales indicadores de crecimiento.

La actividad registró:

- Un crecimiento anual del 3,0 **%** frente al segundo trimestre de 2024.
- Un crecimiento del 1,8 **%** en el año corrido.

Por su parte, en la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el sector evidenció un crecimiento trimestral del 2,3 % respecto al trimestre inmediatamente anterior.

Estos resultados confirman la consolidación y expansión del sector de información y comunicaciones dentro de la estructura económica nacional, reflejando un aumento en la demanda de servicios digitales, telecomunicaciones, plataformas informativas y contenidos en línea.

El crecimiento sostenido de esta actividad económica respalda la pertinencia del presente proceso contractual, en la medida en que la difusión digital de información institucional se desarrolla precisamente en un entorno de fortalecimiento del ecosistema tecnológico y comunicacional. Asimismo, evidencia que el mercado cuenta con dinamismo, capacidad operativa y condiciones favorables para la prestación de servicios de divulgación a través de medios digitales.

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Segundo trimestre 2025[pr]

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2025[pr]-II / 2024[pr]-II	2025[pr] / 2024[pr]	2025[pr]-II / 2025[pr]-I
Información y comunicaciones	3,0	1,8	2,3

Fuente: DANE. PIB_T

Dentro de esta dinámica, el grupo de actividades económicas de **información y comunicaciones** ha mostrado un comportamiento positivo, reflejando la consolidación de los servicios digitales como un componente relevante de la economía nacional.

No obstante, para el presente proceso de contratación, el PIB se incorpora únicamente como **indicador macroeconómico de contexto**, sin que este incida de manera directa en la determinación del precio del servicio, dado que el objeto contractual corresponde a un servicio de mínima cuantía, de corta duración y ejecutado con proveedores locales.

INFLACIÓN

En enero de 2026 la variación anual del IPC fue 5,35%, es decir, 0,13 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,22%.

Variación anual y mensual
Total nacional
2025 - 2026 (enero)

IPC	Enero			
	Variación mensual		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,94	1,18	5,22	5,35

Fuente: DANE. IPC

En enero de 2026 la variación mensual del IPC fue 1,18% y la anual 5,35%. El comportamiento mensual del IPC total en enero de 2026 (1,18%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Restaurantes y hoteles y Alimentos y bebidas no alcohólicas. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Restaurantes y hoteles (2,94%) y Transporte (2,14%).

Según el DANE, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) ha presentado variaciones controladas en los periodos analizados, lo cual permite identificar un entorno de estabilidad relativa en los costos generales de la economía.

En el caso específico de los servicios de divulgación digital, la incidencia del IPC es limitada, dado que:

- No se utilizan insumos físicos de alto impacto inflacionario.
- Los costos se concentran en operación y servicios digitales.
- Los contratos son de corta duración (mensuales).

En consecuencia, el IPC se considera como un referente general del **entorno económico**, sin que constituya un factor determinante para la fijación del valor del contrato.

La variación del salario mínimo en Colombia

Para el año 2026, mediante el Decreto 1469 de 29 de diciembre de 2025, el Gobierno Nacional decretó un salario mínimo de $1.750.905 pesos mensuales, al cual se adiciona un auxilio de transporte **de** $249.095 pesos, alcanzando un ingreso mínimo total de cerca de $2.000.000 pesos mensuales. Este ajuste histórico representa un aumento del **23 %** respecto al salario de 2025 y constituye uno de los incrementos más significativos observados en décadas, tanto en términos nominales como porcentuales. Con incrementos por encima de la inflación y superiores a los de años anteriores, como muestra el siguiente cuadro:

Año	SALARIO MÍNIMO MENSUAL			AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL ($) (Salario + Auxilio Transporte	Decreto que determinó el salario mínimo	Concertado
	Valor mensual ($)	Variación con respecto al año anterior ($)	Variación con respecto al año anterior (%)	Valor mensual ($)			
2026	1,750,905	327,405	23.00%	249,095	2,000,000	Decreto 1469 de 2025	No
2025	1,423,500	123,500	9.50%	200,000	1,623,500	Decreto 1572 y 1573 de 2024	No
2024	1,300,000	140,000	12.07%	162,000	1,462,000	Decreto 2292 y 2293 de 2023	No
2023	1,160,000	160,000	16.00%	140,606	1,300,606	Decreto 2613 de 2022	Si
2022	1,000,000	91,474	10.07%	117,172	1,117,172	Decreto 1724 de 2021	Si
2021	908,526	30,723	3.50%	106,454	1,014,980	Decreto 1785 de 2020	No
2020	877,803	49,687	6.00%	102,854	980,657	Decreto 2360 de 2019	No

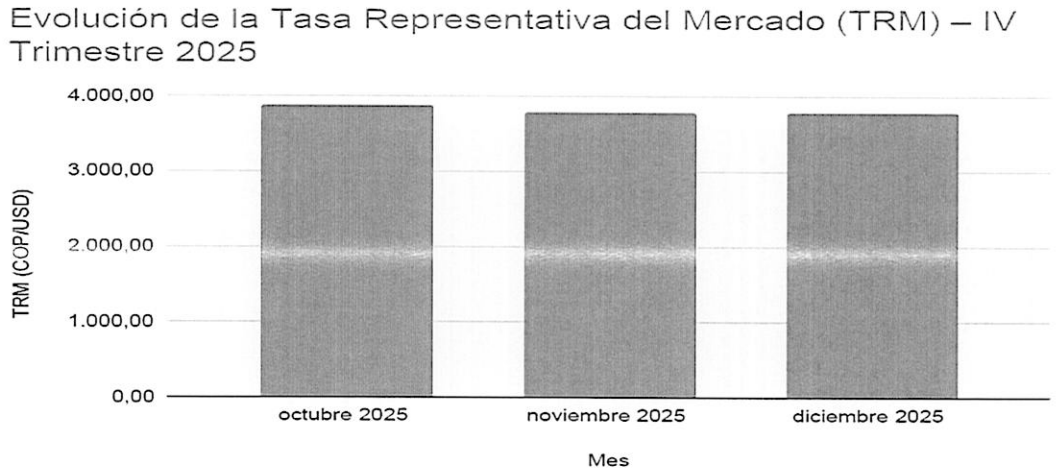
En 2025 y 2026, los incrementos se realizaron *por decreto* tras no alcanzarse acuerdos de concertación, lo cual es relevante para explicar la dinámica del mercado laboral y las perspectivas económicas del país.

Tasa Representativa del Mercado (TRM)

La – TRM – es el promedio ponderado por monto de las operaciones de compra y venta de dólares estadounidenses (USD) frente a pesos colombianos (COP), pactadas para cumplimiento en ambas monedas el mismo día de negociación y efectuadas por los intermediarios del mercado cambiario dentro del horario que establece el Banco de la República mediante reglamentación general. Para el cálculo de la TRM se excluyen las operaciones de derivados, así como las realizadas con entidades que no son vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia. La TRM es calculada

diariamente y certificada por la Superintendencia Financiera con base en la información disponible y la reglamentación expedida por el Banco de la República.

El Histórico del último trimestre del año 2025 muestra que la TRM continuó la tendencia de pesos colombianos relativamente apreciados frente al dólar estadounidense observada durante el año. En octubre de 2025 se movió principalmente en torno a valores promedio cercanos a los $3.85 – 3.90 COP por USD, con una ligera tendencia a la baja hacia finales de mes. En noviembre la TRM siguió descendiendo y osciló mayormente por debajo de $3.80 COP por USD, y finalmente, al 31 de diciembre de 2025 cerró en $3,757.08 COP por USD, reflejando una apreciación anual del peso colombiano respecto a 2024. (Ver gráfica)



El gráfico muestra la evolución mensual de la Tasa Representativa del Mercado (TRM) durante el último trimestre de 2025, evidenciando una tendencia estable y sin variaciones abruptas. Este comportamiento confirma que, para procesos de contratación estatal bajo la modalidad de mínima cuantía, las fluctuaciones del tipo de cambio no inciden de manera significativa en la determinación del valor contractual, dada la corta duración y el bajo monto de los contratos analizados

En términos de variación dentro del último trimestre de 2025, el comportamiento de la TRM fue más estable y con una ligera tendencia descendente en comparación con meses anteriores: los valores de octubre mostraron una banda típica entre $3.80 y $3.93 COP por USD, mientras que en noviembre se consolidaron en torno a $3.71 – 3.80 COP por USD en la mayoría de las sesiones. El cierre de diciembre en $3,757.08 COP por USD confirmó la tendencia a la baja frente a niveles de mediados de año y a los promedios anuales previos.

El análisis de este periodo revela que, si bien existieron variaciones diarias dentro de octubre y noviembre, la TRM del último trimestre de 2025 se mantuvo en rangos relativamente estrechos y por debajo de los promedios históricos de años recientes, con un peso colombiano más fuerte frente al dólar hacia el cierre del año

En el contexto de la contratación estatal colombiana, conforme a lo establecido en la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007 y los lineamientos operativos del Sistema Electrónico para la Contratación Pública – SECOP, los procesos contractuales adelantados bajo la modalidad de mínima cuantía no presentan una incidencia significativa del comportamiento de la Tasa Representativa del Mercado (TRM) en la fijación de los precios a contratar. Lo anterior obedece a que este tipo de procesos se caracteriza por plazos de ejecución cortos, usualmente entre tres (3) y cuatro (4) meses, y por montos contractuales reducidos, con valores mensuales que no superan los cuatro (4) millones de pesos colombianos. En consecuencia, la exposición al riesgo cambiario es limitada y las variaciones de la

TRM dentro del periodo de ejecución contractual no generan impactos relevantes en la estructura de costos, permitiendo que la determinación del precio se sustente en costos locales, precios de mercado vigentes y referencias históricas, sin que resulte necesario incorporar fórmulas de reajuste o mecanismos de cobertura cambiaria, en concordancia con los principios de economía, planeación y responsabilidad que rigen la contratación estatal.

Técnico:

Las redes sociales y los sitios web se han consolidado como canales estratégicos para la interacción, la divulgación de información y la construcción de confianza entre las entidades públicas y la ciudadanía. El uso intensivo de redes sociales como Facebook, Instagram, X , YouTube, y TikTok, entre otras, convierten estos canales en herramientas clave para alcanzar públicos segmentados, mejorar la interacción con la ciudadanía y obtener resultados medibles en tiempo real. Estos medios permiten a organizaciones gubernamentales transmitir mensajes institucionales de forma clara, eficiente, oportuna e interactiva, contribuyendo a fortalecer la transparencia y la rendición de cuentas. Los avances tecnológicos han facilitado la comunicación en tiempo real, promoviendo la participación ciudadana y el vínculo directo con los usuarios mediante mecanismos de retroalimentación inmediata.

En particular, las redes sociales, a través de herramientas como transmisiones en vivo, historias, publicaciones multimedia y piezas gráficas, han transformado la forma en que las instituciones interactúan con sus audiencias. Estos recursos permiten una comunicación dinámica y segmentada, así como respuestas ágiles a inquietudes y necesidades específicas de los distintos públicos, lo cual es fundamental en procesos de divulgación y comunicación gubernamental.

De manera complementaria, los sitios web institucionales constituyen el canal oficial de comunicación de la entidad, brindando información detallada, estructurada y de fácil acceso. Su desarrollo bajo estándares de diseño responsivo y buenas prácticas de optimización para motores de búsqueda (SEO) garantiza mayor visibilidad, accesibilidad y usabilidad en distintos dispositivos. En este contexto, la adecuada gestión de los medios digitales se constituye en una estrategia clave para garantizar una interacción efectiva, confiable y alineada con los objetivos de comunicación institucional del Gobierno Departamental del Meta.

Marco Regulatorio:

Tipo de norma	Norma	Objeto / Aplicación al contrato
Constitucional	**Constitución Política de Colombia (1991)**	Establece principios de la función pública (eficiencia, economía, transparencia, responsabilidad) y el derecho de acceso a la información pública.
Legal – Contratación Estatal	**Ley 80 de 1993**	Estatuto General de Contratación de la Administración Pública. Define principios, modalidades, procedimientos y obligaciones para la contratación estatal.

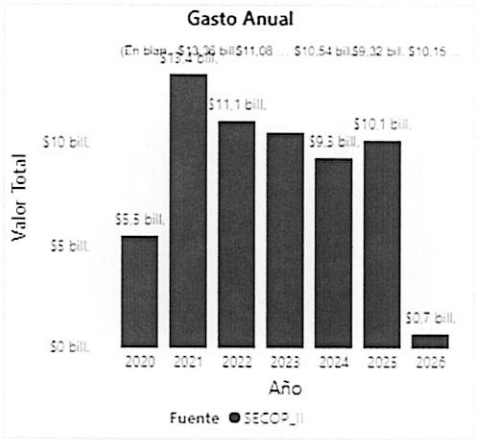
Tipo de norma	Norma	Objeto / Aplicación al contrato
Legal – Contratación Estatal	**Ley 1150 de 2007**	Reforma del régimen de contratación estatal. Fortalece la planeación, transparencia y eficiencia en los procesos de contratación.
Legal – Contratación Estatal	**Ley 1474 de 2011**	Estatuto Anticorrupción. Establece medidas de prevención y control en contratación pública.
Legal – Contratación Estatal	**Decreto 1082 de 2015**	Reglamento de la Ley 80 de 1993. Desarrollo normativo de la contratación pública, incluyendo procedimientos y criterios de selección.
Legal – Contratación Estatal	**Decreto 1860 de 2021**	Regula aspectos de la contratación estatal, fortaleciendo transparencia, eficiencia y modernización de los procesos.
Normas internas	**Manual de Contratación del Gobierno Departamental del Meta**	Lineamientos internos para la planeación, selección, ejecución y control de los contratos.
Normas internas	**Manual de Interventoría y Supervisión**	Guía para el seguimiento, control y verificación de la ejecución contractual.
Legal – Transparencia e información pública	**Ley 1712 de 2014**	Derecho de acceso a la información pública. Obligación de divulgar información de gestión y garantizar transparencia institucional.
Legal – Protección de datos personales	**Ley 1581 de 2012**	Regula el tratamiento de datos personales. Aplica a la gestión de redes sociales y plataformas digitales en la entidad.
Reglamentación TIC / Gobierno digital	**Decreto 1081 de 2015**	Decreto Único Reglamentario del Sector TIC. Lineamientos de gobierno digital, acceso y uso de tecnologías de información y comunicaciones.
Legal – Identidad visual institucional	**Ley 2345 de 2023**	Implementa el Manual de Identidad Visual de las entidades estatales, prohíbe las marcas de gobierno distintas a la institucional y establece medidas de austeridad en publicidad estatal.
Política institucional	**Manual de Imagen Corporativa / Manual de Identidad Visual del**	Define la identidad visual institucional, uso de logotipos, colores, tipografías y lineamientos

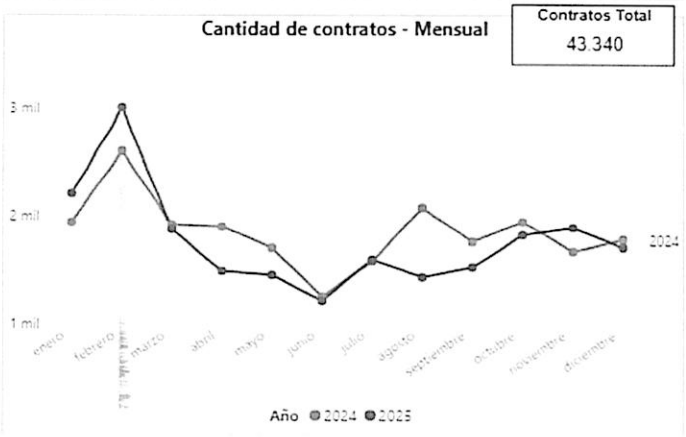
Tipo de norma	Norma	Objeto / Aplicación al contrato
	Gobierno Departamental del Meta	para piezas gráficas en medios digitales, en cumplimiento de la Ley 2345 de 2023.
Política institucional	**Lineamientos de Gobierno Digital y Política de Comunicación Institucional**	Orientan la gestión de contenidos, identidad institucional y el uso de canales digitales para la divulgación de acciones y gestión pública

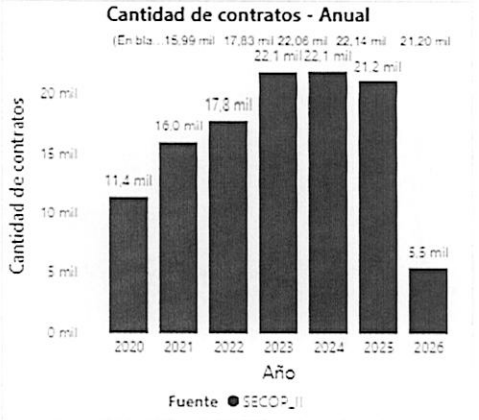
ESTUDIO DE LA DEMANDA

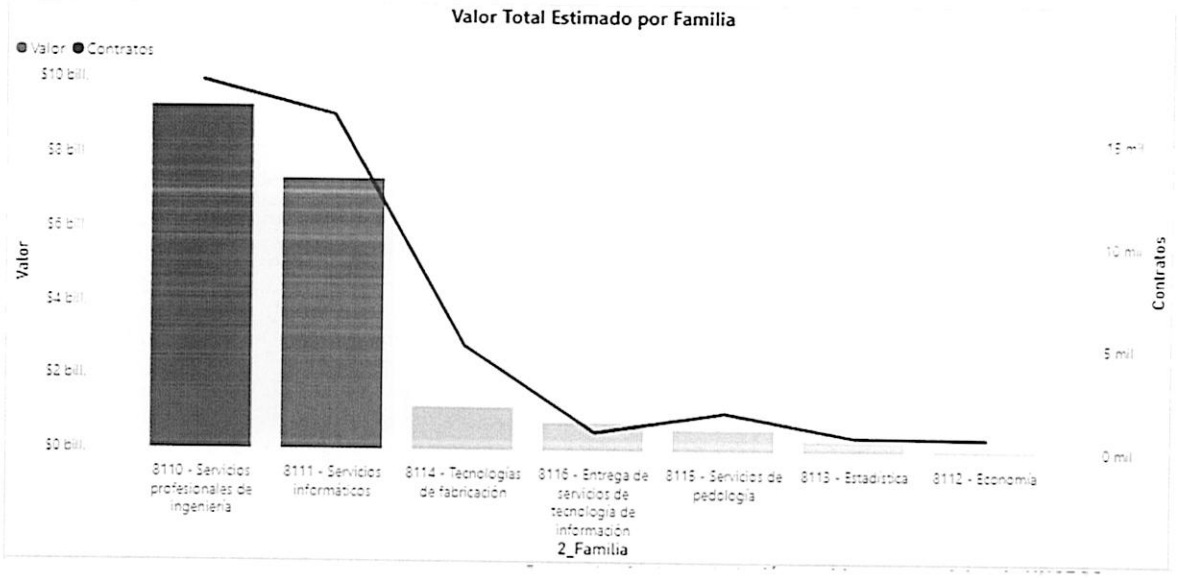
Para el análisis de la demanda y de las dinámicas del gasto en inversión pública en procesos con características similares de difusión o divulgación de información del Gobierno al presente contrato, a continuación se revisara el Modelo de Abastecimiento Estratégico de Colombia Compra Eficiente, y para este contexto, los servicios de divulgación digital, gestión de redes sociales y producción de contenidos multimedia requeridos que se alinean con las directrices del plan de medios para el fortalecimiento de la comunicación institucional y la optimización del gasto público, mediante la contratación eficiente de proveedores especializados en Colombia Compra Eficiente encontrando los siguientes resultados:







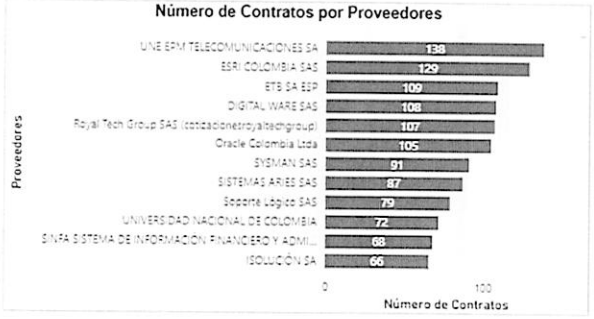


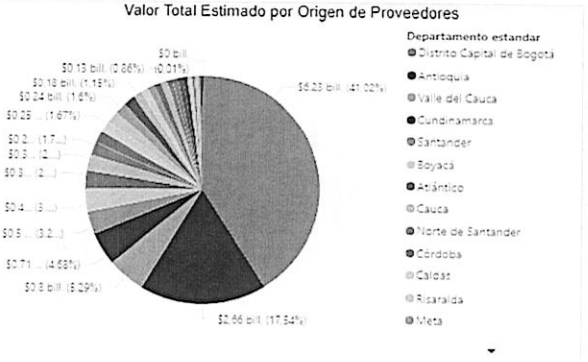


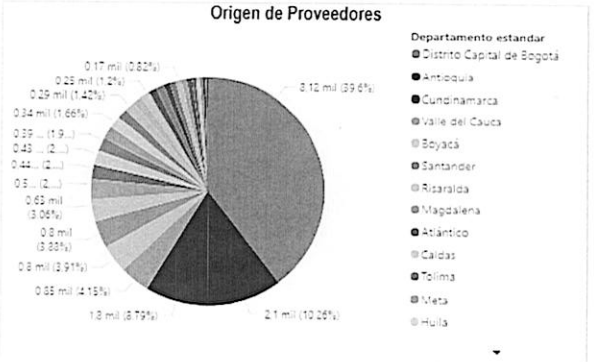
Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

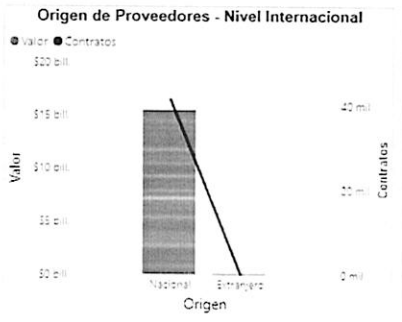
Año	2024			2025			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8110 - Servicios profesionales de ingeniería	8760	$4.019.051.852.526	20,65%	9140	$5.266.550.012.586	27,05%	17900	$9.285.601.865.112	47,70%
8111 - Servicios informáticos	8288	$3.862.027.269.940	19,84%	7990	$3.449.231.763.455	17,72%	16278	$7.311.259.033.395	37,56%
8114 - Tecnologías de fabricación	2857	$582.750.493.774	2,99%	2217	$590.034.286.171	3,03%	5074	$1.172.784.779.945	6,02%
8116 - Entrega de servicios de tecnología de información	508	$472.280.144.912	2,43%	389	$287.417.706.091	1,48%	897	$759.697.851.003	3,90%
8115 - Servicios de pedología	921	$196.558.613.550	1,01%	922	$388.299.314.029	1,99%	1843	$584.857.927.579	3,00%
8113 - Estadística	389	$161.372.932.642	0,83%	309	$133.514.358.191	0,69%	698	$294.887.290.833	1,51%
8112 - Economía	414	$27.653.152.509	0,14%	236	$29.972.783.459	0,15%	650	$57.625.935.968	0,30%
Total	22137	$9.321.694.459.853	47,89%	21203	$10.145.020.223.982	52,11%	43340	$19.466.714.683.835	100,00%

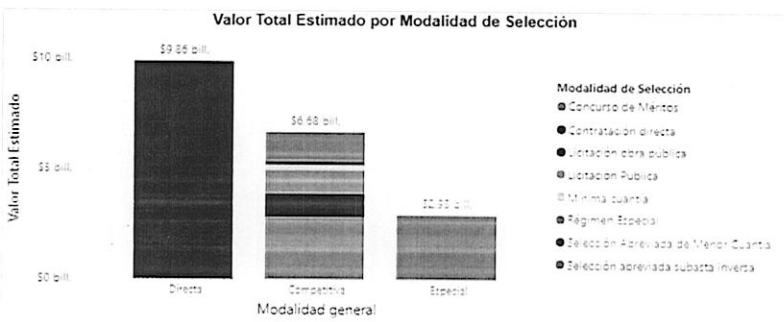












Fuente: *https://www.colombiacompra.gov.co/colombia-compra/modelo-de-abastecimiento-estrategico*

De conformidad con la información extraída de las herramientas de visualización de oferta y demanda de SECOP II, filtradas por la categoría 81 para el periodo 2020–2025, se evidencia un comportamiento sostenido en la contratación pública asociada a servicios relacionados con comunicaciones, servicios informáticos, producción de contenidos y actividades conexas.

El análisis del gasto anual y mensual muestra una dinámica constante en la inversión pública en este tipo de servicios, con un volumen significativo tanto en valor contratado como en número de procesos adelantados, lo que confirma que se trata de una necesidad recurrente dentro de las entidades estatales.

Igualmente, la distribución por familias de servicios evidencia que los servicios informáticos y profesionales concentran una participación relevante dentro del total contratado, categoría dentro de la cual se enmarcan las actividades de difusión digital y divulgación institucional objeto del presente proceso.

En cuanto a la oferta, los reportes muestran un número considerable de proveedores a nivel nacional y territorial, lo que demuestra pluralidad de oferentes y condiciones de competencia suficientes en el mercado.

En consecuencia, el análisis permite concluir que existe demanda constante para este tipo de servicios y que el mercado se encuentra en capacidad de atender el requerimiento del Gobierno Departamental del Meta, siendo procedente adelantar el proceso bajo la modalidad de mínima cuantía, en observancia de los principios de economía, transparencia y selección objetiva.

El presente análisis se adjunta como soporte técnico del Estudio Previo, en cumplimiento de los lineamientos de Colombia Compra Eficiente y la normativa contractual vigente.

B. Comportamiento del Gasto Histórico

Con base en la revisión de la información contractual correspondiente a vigencias anteriores, se realizó un análisis del gasto histórico asociado a la contratación de servicios de difusión y divulgación institucional, particularmente en medios digitales.

El análisis evidencia que este tipo de contratación ha sido recurrente dentro de las entidades públicas, en razón a la necesidad permanente de garantizar la adecuada divulgación de programas, proyectos y acciones institucionales. Asimismo, se identificó que los valores contratados guardan coherencia con las condiciones del mercado, el alcance de las actividades requeridas y los niveles de cobertura y posicionamiento de los medios seleccionados.

De la revisión efectuada se concluye que, para este tipo de servicios, resulta necesario exigir condiciones mínimas de experiencia e idoneidad relacionadas con el objeto contractual, con el fin de asegurar:

- La correcta ejecución de las actividades de difusión.
- El cumplimiento de los indicadores de alcance y visibilidad.
- La eficiencia en la inversión de los recursos públicos.

Igualmente, se constató que diversas entidades estatales, tanto en vigencias anteriores como en la actual, han celebrado contratos con objetos similares relacionados con servicios de publicidad institucional, difusión digital y divulgación de información pública. Si bien los objetos contractuales presentan similitudes en cuanto a su finalidad, pueden diferir en el tipo de medio utilizado (digital, radial, audiovisual o impreso), en el alcance territorial, en la duración de la pauta y en las características técnicas de las campañas desarrolladas.

En consecuencia, el análisis del gasto histórico permite establecer parámetros razonables para la estructuración del presente proceso contractual, garantizando coherencia presupuestal, proporcionalidad en los requisitos exigidos y alineación con las condiciones actuales del mercado del sector de información y comunicaciones.

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

Una vez revisado el portal de contrataciones SECOP, se encontraron los siguientes procesos de contratación con igual o similar objeto:

ENTIDAD	**Gobernación del Meta**
NÚMERO DE PROCESO	GCSJ-MC-093-2025
MODALIDAD	Mínima cuantía
No. CONTRATO	2177 DE 2025
OBJETO:	Difundir las acciones y resultados alcanzados por el Gobierno Departamental, así como el desarrollo del programa alimentación y nutrición Casabe, a través de un medio de comunicación digital.
VALOR CONTRATO	$12.000.000
PLAZO DE EJECUCIÓN	ejecución dos (02) meses
FORMA DE PAGO	EL DEPARTAMENTO pagará al contratista el valor de ejecución del contrato así: Dos (2) mensualidades vencidas de igual valor correspondiente a la ejecución del contrato, previa presentación del informe de actividades en cumplimiento a la ejecución de las obligaciones específicas con los soportes establecidos en los mismos; certificación de cumplimiento expedido por el supervisor y acreditación de que se encuentra a paz y salvo el contratista con los aportes al Sistema Integral de Seguridad Social (EPS, Fondo de Pensiones y ARL) y demás requisitos que le sean aplicables Parágrafo: El último pago estará sujeto a la suscripción del acta de liquidación del contrato.
CAPACIDAD TÉCNICA	Establecer los criterios de experiencia mínima requerida por la entidad para el cumplimiento idóneo del objeto contractual. EXPERIENCIA DEL PROPONENTE:

	1. El oferente deberá acreditar la celebración de hasta un (1) contrato, cuyas actividades sean de características relacionadas con el objeto del presente proceso de selección pública y su valor sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial. • Si la experiencia es con entidad pública, el oferente deberá anexar, acta de finalización y/o liquidación. • Si la experiencia es con particulares el oferente deberá soportarla con la correspondiente factura(s) y su respectiva resolución expedida por la DIAN o cuenta de cobro con su respectivo comprobante de pago, certificado del contador y certificación expedida por la entidad que contrató el servicio, la cual deberá tener como mínimo la Siguiente información: -Nombre la empresa -Nombre del contratista -Número del contrato -Objeto del contrato -Fecha de suscripción del contrato (día-mes-año) -Fecha de terminación del contrato(día-mes-año) -Fecha de expedición de la certificación (día-mes-año) -Valor del contrato y de las adiciones si tuvo lugar -Cargo y firma de quien expide la certificación. -Si se trata de un consorcio o una unión temporal, anexar acta de constitución del consorcio o unión temporal, se debe señalar el nombre de quienes lo conforman y el porcentaje de participación de cada uno de los miembros. 2. El oferente debe acreditar compra del hosting y dominio de la página web donde se evidencie que se encuentra activo y en funcionamiento durante el periodo del contrato, anexando copia de la factura expedida por el proveedor correspondiente. 3. Acreditar mediante Cámara de Comercio que el sitio Web cuenta con una antigüedad mínima de tres (3) años, así mismo certificar que es de carácter periodístico con domicilio en el departamento del Meta y/o Villavicencio, además deberá anexar evidencia de las publicaciones de las noticias regionales del mes anterior a la publicación del presente proceso de selección. 4. Acreditar que la página web cuenta con redes sociales tales como (Facebook, Instagram, X, entre otras), y además acreditar que cuenta con mínimo 150.000 seguidores en una de ellas.
No. DE OFERENTES	1
PROPONENTE ADJUDICATARIO	GUSTAVO ADOLFO RODRIGUEZ SALAZAR

ENTIDAD	**Gobernación del Meta**
NÚMERO DE PROCESO	GCSJ-MC-100-2025
MODALIDAD	Mínima Cuantía
No. CONTRATO	2130 DE 2025
OBJETO:	DIFUNDIR LAS CAMPAÑAS ESTRATEGIAS Y GESTIÓN ALCANZADA POR EL GOBIERNO DEPARTAMENTAL PARA MEJORAR EL RECAUDO

	DE IMPUESTOS EN EL META A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL
VALOR CONTRATO	6.000.000 COP
PLAZO DE EJECUCIÓN	Dos (2) meses
FORMA DE PAGO	FORMA DE PAGO: EL DEPARTAMENTO pagara al contratista el valor de ejecucion del contrato asi: Dos (2) mensualidades vencidas de igual valor correspondiente a la ejecución del contrato, previa presentación del informe de actividades en cumplimiento a la ejecución de las obligaciones específicas con los soportes establecidos en los mismos; certificación de cumplimiento expedido por el supervisor y acreditación de que se encuentra a paz y salvo el contratista con los aportes al Sistema Integral de Seguridad Social (EPS, Fondo de Pensiones y ARL) y demás requisitos que le sean aplicables.
CAPACIDAD TÉCNICA	CAPACIDAD TECNICA: Establecer los criterios de experiencia mínima requerida por la entidad para el cumplimiento idóneo del objeto contractual. 1. El oferente debera acreditar la celebración de hasta un (1) contrato, cuyas actividades sean de características relacionadas con el objeto del presente proceso de selección pública y su valor sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial. Si la experiencia es con entidad pública, el oferente deberá anexar, acta de finalización y/o liquidación. Si la experiencia es con particulares el oferente deberá soportarla con la correspondiente factura(s) y su respectiva resolución expedida por la DIAN o cuenta de cobro con su respectivo comprobante de pago, certificado del contador y certificación expedida por la entidad que contrato el servicio, la cual deberá tener como mínimo la Siguiente información: -Nombre la empresa -Nombre del contratista -Número del contrato -Objeto del contrato -Fecha de suscripción del contrato (día-mes-año) -Fecha de terminación del contrato(día-mes-año) -Fecha de expedición de la certificación (día-mes-año) -Valor del contrato y de las adiciones si tuvo lugar -Cargo y firma de quien expide la certificación. -Si se trata de un consorcio o una unión temporal, anexar acta de constitución del consorcio o unión temporal, se debe señalar el nombre de quienes lo conforman y el porcentaje de participación de cada uno de los miembros. 2. El oferente debe acreditar compra del hosting y dominio de la página web donde se evidencie que se encuentra activo y en funcionamiento durante el periodo del contrato, anexando copia de la factura expedida por el proveedor correspondiente. 3. Acreditar mediante Cámara de Comercio que el sitio Web cuenta con una antigüedad mínima de tres (3) años, así mismo certificar que es de carácter periodístico con domicilio en el departamento del Meta y/o Villavicencio, además deberá anexar evidencia de las publicaciones de las noticias regionales del mes anterior a la publicación del presente proceso de selección. 4. Acreditar que la página web cuenta con redes sociales tales como (Facebook, Instagram, X, entre otras), y además acreditar que cuenta con mínimo 120.000 seguidores en una de ellas.
No. DE OFERENTES	1

PROPONENTE ADJUDICATARIO	ELIZABETH BARRERA MUÑOZ

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

De acuerdo con el **Modelo de Abastecimiento Estratégico** es pertinente identificar y analizar los Proceso de Contratación de Entidades Estatales que han adquirido en el pasado bienes o servicios iguales o comparables, con el propósito de definir mejores prácticas y extraer información pertinente para el Proceso de Contratación.

Una vez revisado el portal de contrataciones SECOP, se encontraron los siguientes procesos de contratación con igual o similar objeto en estas Entidades:

ENTIDAD	**COLEGIO INTEGRADO NACIONAL ORIENTE DE CALDAS**
NÚMERO DE PROCESO	MC-084-2025
MODALIDAD	Mínima cuantía
No. CONTRATO	OPS-275-2025
OBJETO:	Contratar el servicio de impresión de publicidad, cuñas radiales, perifoneo y pauta digital para oferta las carreras de la IES CINOC en los municipios de influencia (Pensilvania, Marquetalia, Manzanares, Victoria, Samaná, Norcasia) para el periodo académico A-2026.
VALOR CONTRATO	$12.846.250
PLAZO DE EJECUCIÓN	Treinta (30) días.
FORMA DE PAGO	El valor total del contrato será cancelado en UN SOLO PAGO, el cual se cancelará de conformidad con el estudio de mercado, previa certificación n de cumplimiento del objeto contractual por parte del supervisor del contrato y previa presentación n por parte del contratista de la factura o documento equivalente el cual debe cumplir con los requisitos de ley.
CAPACIDAD TÉCNICA	experiencia del proponente: La experiencia podrá ser acreditada a través de certificaciones de experiencia o copia de los contratos totalmente ejecutados, suscritos con personas jurídicas de naturaleza pública o privada o personas naturales. Para el caso de contratos suscritos con personas naturales o jurídicas de naturaleza privada debe adjuntar adicional a la certificación, copia del contrato, certificación del acta de recepción y factura. La entidad podrá requerir la información que sea necesaria en virtud de verificar la información suministrada por los oferentes. Certificaciones de experiencia: el proponente podrá presentar entre los folios contentivos de su ofrecimiento, certificaciones de contratos celebrados y ejecutados con personas jurídicas de naturaleza pública o privada o personas naturales, relacionadas con el objeto del presente proceso, cuyo valor en conjunto equivalga al 100% del presupuesto oficial previsto para el mismo. Las certificaciones deben contener como mínimo: • Contratante y NIT • CONTRATISTA Y NIT • VALOR DEL CONTRATO • NUMERO DEL CONTRATRATO (SI APLICA) • FECHA DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO

	• OBJETO DEL CONTRATO • TELEFONO DEL CONTRATANTE Y/O DE QUIEN CERTIFICA No obstante, la Entidad evaluará la información suministrada y de acuerdo con ella, determinará si resulta suficiente para acreditar experiencia. Así mismo la entidad se reserva el derecho de verificar la información aportada por los oferentes y de rechazar las propuestas en las cuales se incluya información inconsistente o que no corresponda con la realidad, sin perjuicio de las eventuales acciones civiles y penales a que haya lugar. Para efectos de acreditación de experiencia entre particulares privados de naturaleza natural o jurídica, el Proponente deberá aportar adicionalmente alguno de los documentos que se describen a continuación: A. Certificación de facturación expedida con posterioridad a la fecha de terminación del contrato emitida por el revisor fiscal o contador público del Proponente que acredita la experiencia, según corresponda con la copia de la tarjeta profesional del contador público o revisor fiscal (según corresponda) y certificado de antecedentes disciplinarios vigente, expedido por la Junta Central de Contadores, o los documentos equivalentes que hagan sus veces en el país donde se expide el documento del profesional No se aceptan contratos tercerizados. * Acreditación de requisitos para participar en convocatorias limitadas a Mipymes municipales debe acreditar que tiene el tamaño empresarial establecido por la ley de la siguiente manera: 1. Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público, adjuntando copia del registro mercantil. 2. Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligados a tenerlo, adjuntando copia del certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente para expedir dicha certificación. Para la acreditación deberán observarse los rangos de clasificación empresarial establecidos de conformidad con la Ley 590 de 2000 y el Decreto 1074 de 2015, o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen"
No. DE OFERENTES	2
PROPONENTE ADJUDICATARIO	MATEO ANDRES IDARRAGA ARISTIZABAL

ENTIDAD	ALCALDIA MUNICIPAL DE RESTREPO META
NÚMERO DE PROCESO	REST-SMC-022-2024
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	186-2024
OBJETO:	PRESTACION DE SERVICIOS PARA EFECTUAR LA PUBLICIDAD DIGITAL DE TODAS LAS ACTUACIONES ADMINISTRATIVAS QUE SE DESARROLLAN AL INTERIOR DE LAS DEPENDENCIAS DE LA ADINISTRACION MUNICIPAL DE RESTREPO META
VALOR CONTRATO	$16.333.333
PLAZO DE EJECUCIÓN	El plazo de ejecución del contrato será DOS (02) MESES Y DIEZ (10) DIAS contados a partir de la suscripción del acta de inicio.
FORMA DE PAGO	3- FORMA DE PAGO: El valor total del contrato se cancelará por el Municipio mes vencido con previa presentación de informe del contratista, donde relacione mensualmente el servicio prestado (notas e informes requeridos) en

	un CD como soporte al informe de actividades, previo informe de supervisión, certificación de cumplimento emitida por el supervisor, presentación de la factura en original y copia, también deberá cumplir con las normas fiscales conforme al art. 617 del Estatuto Tributario y la Ley 1237 de 2008 y presentar soporte de pago de seguridad social correspondiente al periodo ejecutado a la Secretaria de Hacienda Municipal para el respectivo pago, En todo caso el último pago se realizará previa firma del acta de terminación y acta de liquidación y acreditación de encontrarse al día en los pagos del sistema de seguridad social y parafiscales.
CAPACIDAD TÉCNICA	Que el oferente garantice un dominio sobre plataformas digitales (por lo menos 2 redes sociales) las cuales deberán contar con un mínimo de 20.000 seguidores, lo cual deberá ser soportado por el oferente a través de constancia emitida por las plataformas o redes sociales dispuestas. • Emisión de mínimo treinta (30) notas mensuales suministradas por la entidad en cumplimiento de lo requerido. • Elaboración y emisión de mínimo seis (06) notas mensuales diseñada y estructurada por el contratista en cumplimiento de lo requerido. • Transmisión periodística en vivo seis (06) semanales. • Compartir veinte (20) piezas gráficas publicitarias en las historias de las diferentes redes sociales del contratista. • Emisión en vivo de dos (02) eventos a tres (03) cámaras con definición de calidad de mínimo 1080p. • Audiencia Pública Rendición de cuentas vigencia 2024. • Carnaval y desfile de año viejo 2024, eventos dinamizadores de la economía de Restrepo. En los dos eventos deberá contar con un (a) interprete de señas en las transmisiones en vivo. • Servicio de un (01) interprete de señas presente durante el desarrollo de las actividades con perfil de normalista superior, con certificado como intérprete profesional intermedio nivel 2 de lengua de señas por la Federación Nacional de Sordos de Colombia "FENASCOL", con mínimo 6 años de experiencia certificada como intérprete de lengua de señas. Incluye el transporte al lugar. • Planificar las notas sobre los informes noticiosos que se van a publicar cada semana con las secretarías de la administración municipal.
No. DE OFERENTES	1
PROPONENTE ADJUDICATARIO	ANYI FERNANDA PIÑEROS RODRÍGUEZ

C. Estudio de la oferta

Con el fin de adelantar el presente proceso de mínima cuantía, la Secretaría de Comunicaciones de la Gobernación del Meta realizó el análisis del mercado para identificar posibles oferentes idóneos para la **prestación de servicios orientados al desarrollo de estrategias de comunicación y difusión institucional, con el fin de promover las acciones, gestiones, programas y proyectos de la administración departamental, a través de una página web**.

En desarrollo de lo anterior, se invitó a presentar cotización a tres (03) proveedores que ofrecen el objeto a contratar, así:

- **Fernando Betancourt Duran** – www.viveelmeta.com
- **Elizabeth Barrera Muñoz** – TDI Colombia comunicaciones
- **Carol Liseth López Huertas** – Villavicencio noticiosa

Se realizaron tres (03) invitaciones, se recibieron las respectivas cotizaciones, las cuales fueron objeto de análisis y comparación, con el propósito de verificar las condiciones del mercado y establecer un promedio de precios que permita determinar el valor estimado del contrato.

El estudio de mercado correspondiente hará parte integral del expediente del proceso.

Para la determinación del valor estimado del contrato se tuvieron en cuenta factores como: la complejidad del objeto contractual, las características técnicas requeridas, la idoneidad del personal necesario para la ejecución del servicio y el plazo de ejecución.

Así mismo, para la fijación del valor a pagar se consideraron aspectos como la carga tributaria aplicable y la obligación del contratista de asumir los costos asociados al personal requerido para la adecuada ejecución del contrato.

Debe contestar, entre otras, las siguientes preguntas:

1. **¿Cuál es la dinámica de producción, distribución y entrega de bienes, obras o servicios?**

La Secretaría de Comunicaciones se encarga de recopilar, editar, producir y redactar el material comunicativo, asegurando que cumpla con la línea comunicacional estratégica y los objetivos de la Meta 1 del Plan de Desarrollo Departamental 2024-2027 el Gobierno de la Unidad, orientada a fortalecer la transparencia y la participación ciudadana.

El contenido elaborado es difundido mediante medios escritos, radiales y digitales, garantizando una comunicación efectiva y oportuna, de acuerdo con el proyecto de la Secretaria de comunicaciones, para que la ciudadanía reciba información clara, veraz y relevante sobre programas y proyectos del Gobierno Departamental.

Esta dinámica asegura que la información llegue a los habitantes del Meta de manera eficiente, sensibilizando e informando sobre iniciativas en sectores estratégicos como educación, salud, infraestructura, desarrollo social y medio ambiente, promoviendo una gestión pública cercana, participativa e informada.

2. **¿A quién se va a comprar?**

La contratación se dirigirá a oferentes que cuenten con experiencia y capacidad técnica en la difusión de información a través de medios digitales.

- **Persona natural:** Aquellas cuya actividad comercial esté vinculada con producción de contenidos digitales, gestión de redes sociales o campañas publicitarias en medios digitales, con experiencia comprobable en servicios similares.
- **Persona jurídica:** Aquellas que tengan en su objeto social actividades relacionadas con publicidad digital, difusión de información institucional o gestión de redes sociales, y que puedan demostrar capacidad legal, técnica y operativa para ejecutar el contrato según las especificaciones.

Una vez revisada la base de datos del Sistema Integrado de Información Societaria SIIS 2024 de la Superintendencia, estos serían los posibles proveedores:

NIT	RAZÓN SOCIAL DE LA SOCIEDAD
830047108	GRUPO ZEA SAS
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS
800033055	MF PUBLICIDAD MERCADEO LIMITADA
800045878	SERVIMEDIOS SAS
800086186	LOGROS PUBLICITARIOS SAS
800099468	TEXPOIDEAS LTDA
800144934	VISION Y MARKETING SAS
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS
800167898	JH HOYOS & ASOCIADOS SAS
800193477	IMAGEN VIRTUAL SAS
802013501	INMOV S.A.S
802014640	DAVILA P&M SAS
802021183	SIGNO 21 SAS
805000085	METROVIA SAS EN REORGANIZACION
805023055	SOCIEDAD INNOVACIONS GRAFICAS SAS
805030145	STP NETWORKS SAS
811025635	FEELING COMPANY SAS
811045004	MORALESCOM SAS EN PROCESO DE NEGOZIACION DE EMERGENCIA
830004707	MBA S A S
830005640	KOALA ANDINA LTDA
830013805	SILVA PUBLICIDAD SAS
830026954	STRAZA SAS
830028713	PEOPLE MARKETING SAS
830039532	CENTRAL REGIONAL DE MEDIOS SAS
830047108	GRUPO ZEA SAS
830054555	EDITORIAL GLOBAL DE PUBLICACIONES S A S - GLOBSA
830054838	ESPACIO Y MERCADEO S A S
830057131	EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS SAS
830059566	OPTIMA TM SAS
830067529	DISEÑO MDC SAS
830073417	CINEVISION DE COLOMBIA LTDA
830075011	CENTURY MEDIA SAS
830076788	E MARKETTOOLS SAS - EN REORGANIZACION
830081460	FWNIX MEDIA GROUP SAS
830093596	INTERA MARKETING LTDA.
830096789	IMAGINARIA FILMS S.A.S.
830098598	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS

830108799	CONSTRUCTORA DE MARCAS SAS
830109396	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA S.A.S.
830114289	AD ORANGE SAS
830114417	BEE GROUP SAS
830118816	SM DIGITAL

D. Estudio de mercado

El estudio de mercado tiene como finalidad analizar la dinámica de precios del servicio requerido y establecer el presupuesto oficial del proceso de contratación. Este comprende la realización de un análisis de los diferentes precios de los servicios a contratar, garantizando el cumplimiento de los principios de economía, transparencia y selección objetiva.

Para ello, se realizó un análisis de los precios ofertados, mediante la solicitud de cotizaciones a medios digitales del departamento del Meta, asegurando la adecuada difusión de la información institucional a los ciudadanos.

Para la elaboración del estudio de precios de mercado, la Secretaría Comunicaciones, realizó el siguiente mecanismo:

1. Revisión de precios por solicitud de cotizaciones: Se requirió a los potenciales proveedores de los servicios para que remitan la información necesaria para determinar, entre otros aspectos, el valor del servicio o del bien correspondiente.

   Se obtuvo un total de tres (3) cotizaciones, a continuación, se resume las respuestas de los proveedores:

Ítem	Proveedor	Mostró interés, pero no cotizó	Cotizó
1	FERNANDO BETANCOURT DURAN viveelmeta.com	N/A	SÍ
2	ELIZABETH BARRERA MUÑOZ – TDI Colombia comunicaciones	N/A	SÍ
3	CAROL LISSETH LOPEZ HUERTAS – Villavicencio noticiosa	N/A	SÍ

Las cotizaciones recibidas se consolidan en el anexo CONSOLIDADO ESTUDIO DE MERCADO y se resumen a continuación:

ITEM	ACTIVIDAD	Viveelmeta.com		Villavicencio Noticiosa		TDI COLOMBIA		PROMEDIO	
		CANT.	VALOR UNITARO	CANT.	VALOR UNITARO	CANT.	VALOR UNITARO	CANT.	VALOR TOTAL
1	Publicación de un banner de 400X350 pixeles ubicado en la parte superior derecha de la página de inicio del portal web, con vínculo directo a la página de la Gobernación del Meta, (www.meta.gov.co).	1	$300.000	1	$ 320.000	1	$ 280.000	1	$300.000
2	Emisión de banner digital publicitario de 2160 pixeles de ancho X 330 pixeles de alto, con contenido de las acciones del gobierno departamental en video y noticias informativas, a través de Facebook, Instagram y /o tik tok.	1	$150.000	1	$150.000	1	$ 150.000	1	$ 150.000
3	Creación de contenido audiovisual con información institucional, de eventos, ruedas de prensa y/o entrevistas, a través de las redes sociales Facebook, Instagram y /o tik tok., con una duración mínima de 2 minutos.	1	$250.000	1	$ 270.000	1	$ 230.000	1	$ 250.000
4	Publicación de historias en las redes sociales (Instagram o Facebook) con contenido institucional del gobierno departamental.	1	$100.000	1	$110.000	1	$150.000	1	$120.000
5	Publicación de boletines electrónicos y artículos sobre las acciones del Gobierno departamental en su portal web con contenido mínimo de 400 caracteres.	1	$250.000	1	$ 280.000	1	$370.000	1	$300.000
6	Publicación de contenido de imágenes, videos o piezas graficas con información de las acciones y programas del gobierno departamental	1	$100.000	1	$ 80.000	1	$120.000	1	$100.000
7	Emisión de cuñas digitales a través de la emisora online del mismo portal web.	1	$30.000	1	$25.000	1	$35.000	1	$30.000

Teniendo en cuenta los valores de las propuestas realizadas, se requiere realizar la publicación **Un (1)** banner de 400X350 pixeles ubicado en la parte superior derecha de la página de inicio del portal web, con vínculo directo a la página de la Gobernación del Meta, (www.meta.gov.co); Emisión de **Cinco (5)** banner digital publicitario de 2160 pixeles de ancho X 330 pixeles de alto, con contenido de las acciones del gobierno departamental en video y noticias informativas, a través de Facebook, Instagram y /o tik tok; Creación de **Dos (2)** contenido audiovisual con información institucional, de eventos, ruedas de prensa y/o entrevistas, a través de las redes sociales Facebook, Instagram y /o tik tok., con una duración mínima de 2 minutos; Publicación de **Seis (6)** historias en las redes sociales (Instagram o Facebook) con contenido institucional del gobierno departamental ; Publicación de **Cuatro (4)** boletines electrónicos y artículos sobre las acciones del Gobierno departamental en su portal web con contenido mínimo de 400 caracteres; .Publicación de **Cinco (5)** contenidos de imágenes, videos o piezas graficas con información de las acciones y programas del gobierno departamental; Emisión de **Una (1)** cuña digital a través de la emisora online del mismo portal web, cada mes por el termino de ejecución de 3 meses. .

APROBACIÓN: Conforme a lo plasmado en este estudio, el mismo es aprobado por el Ordenador del Gasto.

Firma:	
Nombre:	**SONIA LIZETH RAMOS HENAO**
Cargo:	Secretaria de Comunicaciones
ORDENADOR DEL GASTO	

Firma		**Firma**		**Firma**	
Nombre	Katherinne Castro	**Nombre**	Javier Felipe Méndez Rodríguez	**Nombre**	Oscar Mauricio Motta Perdomo
Cargo	CPS-Profesional de apoyo	**Cargo**	CPS-abogado	**Cargo**	Gerencia de redes y televisión
Proyectó		**Revisó**		**Aprobó**	