

ANÁLISIS DEL SECTOR

OBJETO: “PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO EN EL MARCO DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL”

El artículo 2.2.1.1.1.6.1.del Decreto 1082 de 2015 establece el deber de las Entidades Estatales de realizar un análisis para conocer el sector relativo al objeto del proceso de contratación, desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica y de análisis de Riesgo; de esta manera, el estudio del sector permite identificar las oportunidades disponibles en el mercado para atender la necesidad de la entidad estatal, en virtud de este mandato a continuación se presenta dicho resultado.

El estudio del sector comprende las siguientes áreas:

- 1. Aspectos generales del mercado.
- 2. Comportamiento del gasto histórico
- 3. Estudio de la oferta
- 4. Estudio del mercado

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

La Corporación Autónoma Regional del Quindío, siguiendo los parámetros establecidos en materia de contratación pública, según el marco normativo dispuesto en el Decreto 1082 de 2015, en especial el artículo 2.2.1.2.5.2, que nos remite a la Guía para la Elaboración de Estudios de Sector dispuesta por la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, se permite realizar el análisis del sector para **“PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO EN EL MARCO DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL”**.

División Según La Economía Clásica

Los sectores económicos en el país son los siguientes:

SECTOR ECONÓMICO	DEFINICIÓN	ACTIVIDADES DEL SECTOR
SECTOR PRIMARIO O AGROPECUARIO	Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.	Agropecuario, caza y pesca
SECTOR SECUNDARIO O INDUSTRIAL	Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos. Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación. Industrial Extractivo: Extracción minera y de petróleo. Industrial de Transformación: Envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, aparatos electrodomésticos, etc.	Sector Minería
		Sector Construcción
		Sector Industria Manufacturera
		Sector Eléctrico, Gas y Vapor
SECTOR TERCIARIO O DE SERVICIOS	Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.	Sector Transportes
		Sector Comunicaciones
		Sector Comercio, Restaurantes y Hoteles
		Sector Financiero

De conformidad con lo anterior, el objeto a contratar: **“PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO EN EL MARCO DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE**

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL” se encuentra ubicado en el sector terciario.

Clasificador De Bienes Y Servicios

Según el clasificador de bienes y servicios los elementos a adquirir y que hacen parte del objeto contractual, se encuentran ubicados de la siguiente manera.

CÓDIGO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE
80141900	SERVICIOS DE GESTION, SERVICIOS PROFESIONALES DE EMPRESA Y SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION	EXHIBICIONES Y FERIAS COMERCIAL
82101500	SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRAFICAS Y BELLAS ARTES.	PUBLICIDAD.	PUBLICIDAD IMPRESA.
82101600	SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRAFICAS Y BELLAS ARTES.	PUBLICIDAD.	PUBLICIDAD DIFUNDIDA.
82101800	SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRAFICAS Y BELLAS ARTES.	PUBLICIDAD.	SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD.
82101900	SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRAFICAS Y BELLAS ARTES.	PUBLICIDAD.	COLOCACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE MEDIOS.
82131600	SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRAFICAS Y BELLAS ARTES.	SERVICIOS FOTOGRÁFICOS.	FOTOGRAFOS Y CINEMATOGRAFOS
83121700	SERVICIOS PÚBLICOS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON EL SECTOR PÚBLICO.	SERVICIOS DE INFORMACIÓN.	SERVICIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA.
82151500	SERVICIOS EDITORIALES, DE DISEÑO, DE ARTES GRAFICAS Y BELLAS ARTES.	ARTISTAS E INTERPRETES PROFESIONALES	SERVICIOS DE ARTES VISUALES

Clasificación Central De Productos

Los servicios contenidos en el presente proceso de contratación se encuentran codificados en la Clasificación Central de Productos CPC del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), como se muestra a continuación:

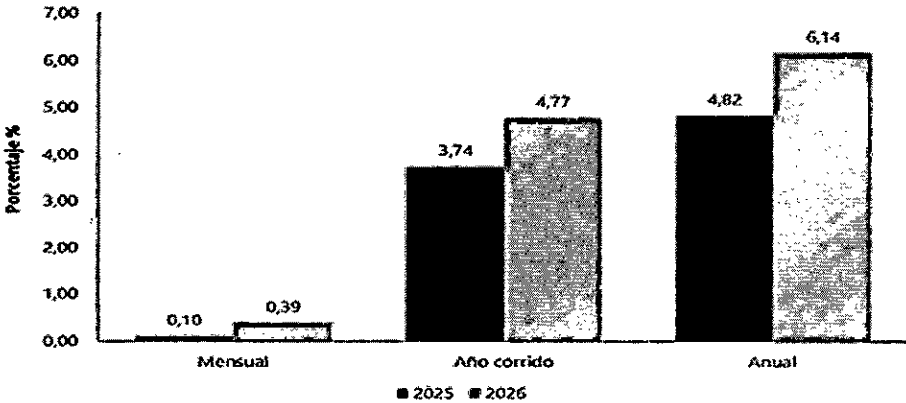
CODIGO CPC – 83632- Servicios de venta de espacios publicitarios en periódico, revistas y otras publicaciones periódicas en medios impresos o formato electrónico (excepto comisión).

ASPECTOS ECONÓMICOS

ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC)

JUNIO 2026

**Gráfico 1. IPC Variaciones
Total Nacional
Junio 2025 - 2026**



Fuente: DANE, IPC.

RESULTADOS DEL MES DE JUNIO 2026

Comportamiento de la variación mensual del IPC según divisiones y subclases

Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de junio de 2026, el IPC registró una variación de 0,39% en comparación con mayo de 2026, seis divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,39%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,67%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,52%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,50%), Prendas de vestir y calzado (0,43%), Salud (0,39%) y por último, Restaurantes y hoteles (0,39%). Por debajo se ubicaron: Bienes y servicios diversos (0,30%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,26%), Recreación y cultura (0,08%), Transporte (0,01%), Educación (0,00%) y por último, Información y comunicación (-0,02%).

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Junio 2025 - 2026

Divisiones de Gasto	2025			2026		
	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	-0,03	+0,01	0,67	0,13	
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,01	0,00	0,52	0,16	
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,27	0,00	0,50	0,01	
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,16	0,00	0,43	0,01	
Salud	1,71	0,39	0,01	0,39	0,01	
Restaurantes y hoteles	9,43	0,42	0,05	0,39	0,05	
TOTAL	100,00	0,10	0,10	0,39	0,39	
Bienes y servicios diversos	5,36	0,23	0,01	0,30	0,02	
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,20	0,01	0,26	0,01	
Recreación y cultura	3,79	0,00	0,00	0,08	0,00	
Transporte	12,93	0,20	0,03	0,01	0,00	
Educación	4,41	0,01	0,00	0,00	0,00	
Información y comunicación	4,33	0,12	0,00	-0,02	0,00	

Fuente: DANE, IPC

Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,39%), se ubicaron en las divisiones de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Alimentos y bebidas no alcohólicas y Restaurantes y hoteles, las cuales aportaron 0,33 puntos porcentuales a la variación total.

Variaciones y contribuciones de las subclases en el mes

En junio de 2026 en comparación con mayo de 2026, la variación de las subclases que más aportaron al índice total fueron: arriendo imputado (0,36%), papas (9,85%), cebolla (13,18%), arriendo efectivo (0,36%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (0,40%), electricidad (0,91%), carne de res y derivados (1,14%), servicios relacionados con la copropiedad (1,77%), frutas frescas (1,31%) y gas (1,19%). Las subclases con aportes negativos a la variación fueron: plátanos (-8,35%), transporte de pasajeros y equipaje en avión (-10,51%), paquetes turísticos completos, incluye paquetes de viajes de excursión realizados durante un día (-1,49%), carne de cerdo y derivados (-1,04%) y legumbres secas (-1,51%).

Cuadro 2. IPC Variación y contribución mensual
Por principales subclases
Junio 2026

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Arriendo imputado	0,36	0,05
Papas	9,85	0,04
Cebolla	13,18	0,03
Arriendo efectivo	0,36	0,03
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	0,40	0,03
Electricidad	0,91	0,03
Carne de res y derivados	1,14	0,03
Servicios relacionados con la copropiedad	1,77	0,02
Frutas frescas	1,31	0,02
Gas	1,19	0,01

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

RESULTADOS AÑO CORRIDO

Comportamiento de la variación año corrido del IPC según divisiones y subclases

Variación y contribución año corrido por divisiones de gasto

En lo corrido del año, (enero - junio), cinco divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (4,77%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (6,55%), Restaurantes y hoteles (6,43%), Educación (5,90%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (5,59%) y por último, Salud (4,91%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Transporte (4,50%), Bienes y servicios diversos (3,97%), Bebidas alcohólicas y tabaco (3,91%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3,66%), Información y comunicación (3,22%), Recreación y cultura (2,93%) y por último, Prendas de vestir y calzado (2,39%).

Cuadro 3. IPC Variación y contribución año corrido
Según divisiones de gasto
Junio 2025 - 2026

Divisiones de Gasto	Peso (%)	2025		2026	
		Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	4,80	0,90	6,55	1,23
Restaurantes y hoteles	9,43	4,80	0,53	6,43	0,73
Educación	4,41	5,69	0,23	5,90	0,24
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,70	0,11	5,59	0,22
Salud	1,71	3,77	0,06	4,91	0,08
TOTAL	100,00	3,74	3,74	4,77	4,77
Transporte	12,93	4,38	0,59	4,50	0,60
Bienes y servicios diversos	5,30	2,85	0,15	3,97	0,21
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	3,27	0,06	3,91	0,07
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	3,39	1,06	3,66	1,14
Información y comunicación	4,33	-0,64	-0,02	3,22	0,08
Recreación y cultura	3,79	0,87	0,03	2,93	0,09
Prendas de vestir y calzado	3,98	1,53	0,05	2,39	0,07

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año (enero - junio), se ubicaron en las divisiones de Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Restaurantes y hoteles, Transporte y Educación, las cuales en conjunto contribuyeron con 3,94 puntos porcentuales a la variación total.

Variación y contribución de las subclases en el año corrido

En junio de 2026 en comparación con diciembre de 2025, la variación de las subclases que más aportaron al acumulado del primer semestre fueron: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (6,73%), transporte urbano (10,33%), arriendo imputado (3,00%), frutas frescas (23,63%), arriendo efectivo (3,10%), carne de res y derivados (9,12%), servicios relacionados con la copropiedad (12,89%), papas (50,26%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (5,90%) y servicio doméstico (12,86%). Con contribución negativa a la variación se ubicó: vehículo particular nuevo o usado (-1,42%), dulces, confites, caramelos, bombones, chocolatinas, chicles, masmelos, cocadas para consumo en el hogar (-17,92%), plátanos (-5,46%), carne de cerdo y derivados (-3,39%) y legumbres secas (-6,37%).

Cuadro 4. IPC Variación y contribución año corrido
Por principales subclases
Junio 2026

Subclases	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	6,73	0,52
Transporte urbano	10,33	0,49
Arriendo imputado	3,00	0,38
Frutas frescas	23,63	0,30
Arriendo efectivo	3,10	0,29
Carne de res y derivados	9,12	0,22
Servicios relacionados con la copropiedad	12,89	0,16
Papas	50,26	0,16
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	5,90	0,14
Servicio doméstico	12,86	0,13

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

RESULTADO ANUAL

Comportamiento de la variación anual del IPC según divisiones y subclases

Variación y contribución anual por divisiones de gasto

En el mes de junio de 2026, el IPC registró una variación de 6,14% en comparación con junio de 2025. En el último año, las divisiones Restaurantes y hoteles (9,59%), Salud (8,39%), Educación (7,57%), Bebidas alcohólicas y tabaco (7,02%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (6,83%) y por último, Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (6,22%) se ubicaron por encima del promedio nacional (6,14%). Entre tanto, las divisiones Bienes y servicios diversos (6,12%), Transporte (5,47%), Información y comunicación (5,16%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (5,02%), Recreación y cultura (3,92%) y por último, Prendas de vestir y calzado (2,98%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

Cuadro 5. IPC Variación y contribución anual
Según divisiones de gasto
Junio 2025 - 2026

Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	2025	Variación (%)	2026
			Contribución Puntos Porcentuales		Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	7,44	0,61	9,59	1,07
Salud	1,71	6,20	0,09	8,39	0,14
Educación	4,41	7,56	0,30	7,57	0,31
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	5,14	0,09	7,02	0,12
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	4,31	0,62	6,83	1,29
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	2,92	0,12	6,22	0,25
TOTAL	100,00	4,82	4,82	6,14	6,14
Bienes y servicios diversos	5,36	3,61	0,19	6,12	0,32
Transporte	12,93	6,27	0,71	5,47	0,74
Información y comunicación	4,33	-1,46	-0,04	5,16	0,13
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	5,23	1,62	5,02	1,56
Recreación y cultura	3,79	1,68	0,05	3,92	0,12
Prendas de vestir y calzado	3,98	2,10	0,07	2,98	0,09

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

Los mayores aportes a la variación anual se registraron en las divisiones de: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Alimentos y bebidas no alcohólicas, Restaurantes y hoteles, Transporte y Bienes y servicios diversos, las cuales en conjunto contribuyeron con 4,98 puntos porcentuales al acumulado anual de dicha variación.

Variaciones y contribuciones de las subclases en el año

En junio de 2026 en comparación con junio de 2025, la variación anual de las subclases que más aportaron al índice total fueron: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (9,75%), arriendo imputado (4,89%), transporte urbano (10,64%), arriendo efectivo (4,97%), carne de res y derivados (14,27%), frutas frescas (23,27%), comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (9,35%), servicios relacionados con la copropiedad (14,50%), servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (5,99%) y servicio doméstico (13,70%). Las mayores contribuciones negativas se presentan en: arroz (-6,82%), carne de cerdo y derivados (-6,74%), tomate (-9,40%), vehículo particular nuevo o usado (-1,04%) y legumbres secas (-8,24%).

Cuadro 6. IPC Variación y contribución anual
Por principales subclases
Junio 2026

Subclase	Variación (%)	Contribución Puntos porcentuales
Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio	9,75	0,74
Arriendo imputado	4,89	0,62
Transporte urbano	10,64	0,51
Arriendo efectivo	4,97	0,46
Carno de res y derivados	14,27	0,34
Frutas frescas	23,27	0,30
Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato	9,35	0,22
Servicios relacionados con la copropiedad	14,50	0,18
Servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet	5,99	0,15
Servicio doméstico	13,70	0,14

Fuente: DANE, IPC.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

IPC SEGÚN NIVELES DE INGRESO POR CRITERIO ABSOLUTO*

Comportamiento de la variación mensual, año corrido y anual del IPC según niveles de ingreso por criterio absoluto

Cuadro 7. IPC según niveles de ingreso por criterio absoluto
Total IPC
Junio 2025 - 2026

	Variación (%)					
	Mensual		Año Corrido		Anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
Pobres	0,10	0,45	3,75	4,71	4,73	5,93
Vulnerables	0,08	0,45	3,76	4,84	4,62	6,06
Clase media	0,09	0,40	3,72	4,77	4,79	6,17
Ingresos altos	0,14	0,30	3,76	4,72	5,02	6,14
Total nivel de ingresos	0,10	0,39	3,74	4,77	4,82	6,14

Fuente: DANE, IPC.
* Se entiende por criterio absoluto el aplicado al caracterizar los hogares de acuerdo con un nivel de ingresos preestablecido.
Nota: La diferencia en la suma de las variables obedece al sistema de aproximación en el nivel de dígitos trabajados en el índice.

En junio de 2026, la variación mensual del IPC por nivel de ingresos fue: Pobres (0,45%), Vulnerables (0,45%), Clase media (0,40%), Ingresos altos (0,30%) y por último, Total nivel de ingresos (0,39%).

En lo corrido del año, la variación del IPC por nivel de ingresos fue: Pobres (4,71%), Vulnerables (4,84%), Clase media (4,77%), Ingresos altos (4,72%) y por último, Total nivel de ingresos (4,77%).

La variación anual del IPC por nivel de ingresos fue: Pobres (5,93%), Vulnerables (6,06%), Clase media (6,17%), Ingresos altos (6,14%) y por último, Total nivel de ingresos (6,14%).



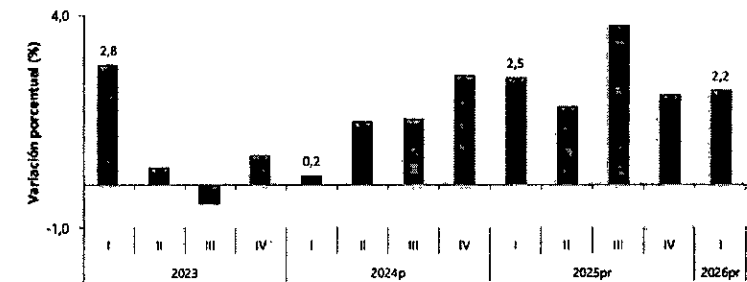
DANE

Boletín técnico

Bogotá D.C. 15 de mayo de 2026

Producto Interno Bruto (PIB)
I trimestre 2026 preliminar

Gráfico 1. Producto Interno Bruto
Tasa de crecimiento en volumen¹
2023-I / 2026^{pr}-I



Fuente: DANE, PIB.T
¹Serie encadenadas de volumen con año de referencia 2015
^{pr}preliminar
^pprovisional

Producto Interno Bruto (PIB) series encadenadas de volumen con año de referencia 2015

PIB desde el enfoque de la producción

En el primer trimestre de 2026pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,2% respecto al mismo periodo de 2025pr (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 5,7% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 2,9% (contribuye 0,6 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 2,9% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie ajustada por efecto estacional y calendario crece 0,6%. Cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Industrias manufactureras crece 2,3%.

- Actividades financieras y de seguros crece 2,2%.
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 1,4%.

Tabla 1. Valor agregado por actividad económica
Tasas de crecimiento en volumen¹
Primer trimestre 2026^{pr}

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Trimestral
	2026 ^{pr} -I / 2025 ^{pr} -I	2026 ^{pr} -I / 2025 ^{pr} -IV
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-1,4	-0,5
Explotación de minas y canteras	-0,1	0,8
Industrias manufactureras	2,9	2,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	2,6	0,3
Construcción	-5,4	-4,6
Comercio al por mayor y al por menor ³	2,9	0,2
Información y comunicaciones	1,3	1,1
Actividades financieras y de seguros	2,8	2,2
Actividades inmobiliarias	2,0	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	2,2	0,5
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	5,7	1,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	3,2	1,4
Valor agregado bruto	2,2	0,6
Impuestos menos subvenciones sobre los productos	2,9	0,9
Producto Interno Bruto	2,2	0,6

Fuente: DANE, PB_T

^{pr} preliminar

¹Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

²Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental.

³Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida.

⁴Actividades profesionales, científicas y técnicas: Actividades de servicios administrativos y de apoyo.

⁵Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales.

⁶Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios: Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio.

Comercio al por mayor y al por menor

En el primer trimestre de 2026pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 2,9% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos (ver tabla 7):

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 6,0%.
- Transporte y almacenamiento crece 0,7%.
- Alojamiento y servicios de comida decrece 1,8%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece en 0,2%, cuando se observa el comportamiento de las actividades económicas relacionadas:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 0,7%.

- Transporte y almacenamiento crece 0,9%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 0,4%.

Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor¹
Tasas de crecimiento en volumen²
Primer trimestre 2026^{pr}

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
		Trimestral
	Anual	
	2026 ^{pr} -I / 2025 ^{pr} -I	2026 ^{pr} -I / 2025 ^{pr} -IV
Comercio al por mayor y al por menor ³	6,0	0,7
Transporte y almacenamiento	0,7	0,9
Alojamiento y servicios de comida	-1,8	0,4
Comercio al por mayor y al por menor ¹	2,9	0,2

Fuente: DANE, PIB_T
^{pr}preliminar
¹Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida.
²Serie encadenadas de volumen con año de referencia 2015.
³Comercio al por mayor y en comisión o por contrata; comercio al por menor (incluso el comercio al por menor de combustibles); comercio de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios.

Información y comunicaciones

En el primer trimestre de 2026pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 1,3% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr . Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 1,1%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8).

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen¹
Primer trimestre 2026^{pr}

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)	
	Serie original	Serie ajustada por efecto estacional y calendario
		Trimestral
	Anual	
	2026 ^{pr} -I / 2025 ^{pr} -I	2026 ^{pr} -I / 2025 ^{pr} -IV
Información y comunicaciones	1,3	1,1

Fuente: DANE, PIB_T
^{pr}preliminar
¹Serie encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

Actividades financieras y de seguros⁹

En el primer trimestre de 2026^{pr}, el valor agregado de las actividades financieras y de seguros crece 2,8% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025^{pr}. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 2,2%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 9).

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Las especificaciones técnicas de los bienes, productos y/o servicios requeridos por la entidad para satisfacer la necesidad que hace parte del objeto del presente proceso de contratación se relacionan a continuación:

Ítem	Medio	Producto Comunicacional	Descripción detallada	Unidad	Cantidad
1	Radio AM	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en AM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 9:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por entidad competente, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1
2	Radio FM	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en FM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 9:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por entidad competente, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1
3	Radio AM	Emisión de cuñas radiales institucionales 15 segundos	Difusión de mensajes institucionales en emisoras AM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar cobertura rural y audiencia certificada, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1
4	Radio FM	Emisión de cuñas radiales institucionales 15 segundos	Difusión de mensajes institucionales en emisoras FM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar cobertura rural y audiencia certificada, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1
5	Radio Digital	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras digitales con alcance verificable en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en horarios de mayor tráfico y consumo de contenidos, así como la calidad técnica del producto sonoro y la segmentación efectiva de audiencias. El proponente deberá acreditar métricas verificables de audiencia digital (reproducciones, oyentes únicos o alcance mensual certificado por la plataforma), en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1

 CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO PROCESO: JURÍDICO DOCUMENTO: FORMATO ESTUDIO DEL SECTOR			
Versión: 01	Fecha: 28 de febrero de 2023	Código: FO-J-24	Página 11 de 38

Ítem	Medio	Producto Comunicacional	Descripción detallada	Unidad	Cantidad
6	Televisión	Emisión de spot televisivo institucional en medio local 30 segundos	Difusión de mensajes institucionales realizados por la CRQ en canales o programas televisivos de cobertura local, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1
7	Televisión	Emisión de spot televisivo institucional en medio regional 30 segundos	Difusión de mensajes institucionales realizados por la CRQ en canales o programas televisivos de cobertura regional, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1
8	Televisión	Emisión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales (hasta 2 minutos en medio local)	Difusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRQ, en canales o programas televisivos de cobertura local. Se garantizará su emisión en franjas de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado. Nota: la producción del contenido audiovisual es responsabilidad de la CRQ; el proveedor garantiza exclusivamente la difusión, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1
9	Televisión	Emisión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales (hasta 2 minutos en medio regional)	Difusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRQ, en canales o programas televisivos de cobertura regional. Se garantizará su emisión en franjas de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado. Nota: la producción del contenido audiovisual es responsabilidad de la CRQ; el proveedor garantiza exclusivamente la difusión, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1
10	Prensa Escrita	Publicación de pauta institucional — media página	Publicación de contenidos institucionales en medios de prensa escrita en formato de media página (mínimo 25 cm x 19 cm o equivalente), garantizando adecuada resolución (mínimo 300 dpi), legibilidad, calidad de impresión y ubicación en espacios de alta visibilidad (preferiblemente páginas impares o secciones de alta circulación), de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá acreditar circulación certificada en el departamento del Quindío, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1

Ítem	Medio	Producto Comunicacional	Descripción detallada	Unidad	Cantidad
11	Prensa Escrita	Publicación de pauta institucional a una (1) página completa	Publicación de contenidos institucionales en medios de prensa escrita en formato de página completa, garantizando adecuada resolución (mínimo 300 dpi), legibilidad, calidad de impresión y ubicación en espacios de alta visibilidad, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá acreditar circulación certificada en el departamento del Quindío, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1
12	Publireportajes	Publireportajes institucionales medio digital	Publicación de contenidos informativos y pedagógicos sobre temas afines a la misionalidad de la entidad, mediante publireportajes con una extensión mínima de 1.500 caracteres, acompañados de registro fotográfico (mínimo 2 fotografías en alta resolución), en medio digital con alcance departamental y regional o nacional, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá garantizar su publicación en espacio de alta visibilidad dentro del portal (página principal o sección destacada), permanencia mínima de 30 días en línea, reporte de métricas de alcance (visitas e impresiones), así como la calidad del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1
13	Publireportajes	Publireportajes institucionales prensa escrita	Publicación de contenidos informativos y pedagógicos sobre temas afines a la misionalidad de la entidad, mediante publireportajes con una extensión mínima de 3.000 caracteres y/o página completa, acompañados de registro fotográfico (mínimo 2 fotografías), en medios de prensa escrita con alcance departamental, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá garantizar su ubicación en espacios de alta visibilidad, la calidad del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1
14	Medios Digitales	Publicación de campañas institucionales en medios de comunicación digitales	Difusión de campañas institucionales en portales informativos, fan page o medios digitales con audiencia en el departamento del Quindío, mediante publicaciones en formato digital (noticia, post o contenido multimedia), con un mínimo de 5 piezas gráficas con fotografía y contenido institucional y copy de mínimo 200 caracteres por pieza. El proponente deberá garantizar alcance verificable mediante métricas certificadas por publicación o alcance equivalente certificado), permanencia mínima del contenido publicado de 30 días, adecuada segmentación del público objetivo y calidad del mensaje, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1
15	Producción Audiovisual	Producción audiovisual institucional	Producción integral de piezas audiovisuales institucionales en formato video, orientadas a campañas de promoción ambiental, que incluya etapas de preproducción (guion, storyboard y logística), producción (filmación con equipo HD) y postproducción (edición, corrección de color, mezcla de audio y graficación), tales como videos institucionales, cápsulas informativas o microcontenidos digitales, con duración de hasta 2 minutos según la necesidad de la entidad. El proveedor garantizará la entrega del producto final en alta definición (mínimo 1080p), con sonido claro, edición profesional y archivos en los formatos requeridos para su difusión en medios televisivos y digitales. Nota: este ítem corresponde a producción y no incluye pauta o difusión.	Producto	1

Ítem	Medio	Producto Comunicacional	Descripción detallada	Unidad	Cantidad
16	Producción Sonora	Producción de cuñas radiales institucionales	Producción integral de piezas sonoras institucionales para su difusión en radio, orientadas a campañas de educación y promoción ambiental, que incluya procesos de preproducción (guion y dirección vocal), grabación en estudio profesional y postproducción (edición, musicalización y masterización), con una duración de entre 15 y 30 segundos según la necesidad de la entidad. El proveedor garantizará la calidad técnica del producto (claridad de audio, adecuada locución, musicalización y edición profesional), la entrega en formatos de audio de alta calidad (WAV o MP3 a 320 kbps), así como la coherencia y comprensión del mensaje en relación con los objetivos de comunicación institucional. Nota: este ítem corresponde a producción y no incluye pauta o emisión al aire.	Producto	1

ASPECTOS REGULATORIOS

El marco legal dentro del cual operan los medios de comunicación deriva en primera instancia de la legislación internacional. Tradicionalmente, la Declaración Universal de los Derechos Humanos (UDHR) es la ley internacional que nos permite conocer la forma en que se interpretan las demás leyes. En su Art. 19, la UDHR establece una garantía fundamental del derecho de libertad de expresión, en la cual queda enmarcada la libertad de los medios. Ésta tiene repercusión e influencia en el Art. 19 del Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos (ICCPR):

Cualquier persona deberá tener el derecho a la libertad de expresión; este derecho debe incluir la libertad para investigar, recibir y compartir información e ideas de cualquier naturaleza, sin considerar fronteras, ya sean orales, escritas o impresas, a través del arte, o de cualquier otro medio de su preferencia.

OTROS ASPECTOS

Teniendo en cuenta las especificaciones técnicas del presente proceso se realizó la respectiva consulta en la tienda virtual del estado colombiano para verificar la existencia de un acuerdo marco que facilite la prestación del servicio que la entidad pretende contratar encontrando que **a la fecha no existe acuerdo marco de precios vigente**

Atendiendo lo establecido en la Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020 en su ARTÍCULO 33. PROMOCIÓN DEL ACCESO DE LAS MIPYMES AL MERCADO DE COMPRAS PÚBLICAS, se realizó la identificación de las MIPYMES que podrían ser potenciales proveedoras directas o indirectas con el fin de definir reglas que promuevan y faciliten su participación en el proceso.

Se realizó consulta en la base de datos de la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío relacionada con las MiPymes existentes en el departamento y relacionadas con los códigos siguientes códigos CIU:

M7310 ** Publicidad

J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas

Se encontró la siguiente información:

RAZON SOCIAL	CIU-1	TAM-EMPRESA
CUBIDES REYES ELIO JESUS	M7310 ** Publicidad	micro
MARTINEZ GIRALDO CRISTHIAN DAVID	M7310 ** Publicidad	micro
PADILLA ZANABRIA JOSE ALFREDO	M7310 ** Publicidad	micro

RAZON SOCIAL	CIU-1	TAM-EMPRESA
SANCHEZ SALEGT ALI	M7310 ** Publicidad	micro
LA CRONICA S.A.S	J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Mediana
HERRERA BARRERA OSCAR ANDRÉS	M7310 ** Publicidad	micro
MARTINEZ HERRERA JUAN JOSE	M7310 ** Publicidad	micro
AGENCIA TOP MARKETING S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
CASTRO LORA CRISTIAN DAVID	M7310 ** Publicidad	micro
RIVEROS GOMEZ WILSER	M7310 ** Publicidad	micro
DOMINGUEZ GIRALDO JOSE JESUS	M7310 ** Publicidad	micro
LONDOÑO DUQUE VALENTINA	M7310 ** Publicidad	micro
ZAPATA TORRES CAROLINA ANDREA	M7310 ** Publicidad	micro
MARTINEZ AVILA VICTORIA EUGENIA	M7310 ** Publicidad	micro
DAVILA SANTIAGO HELIANA IRIHEL	M7310 ** Publicidad	micro
MUÑOZ ARDILA JUAN JACOBO	M7310 ** Publicidad	micro
MURILLO PRIETO FABER NEMESIO	M7310 ** Publicidad	micro
GATO COMUNICACIONES SAS	M7310 ** Publicidad	micro
HERRERA OCAMPO LUBIRISNEY	M7310 ** Publicidad	micro
SABOGAL VASQUEZ CARLOS FERNANDO	J5813 ** Edición de perlódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Micro
SOTO GUTIERREZ MANUEL DE JESUS	M7310 ** Publicidad	micro
QUITIAN CORTES JOSE MANLIO	M7310 ** Publicidad	micro
JURADO HENAO FABIAN ERNESTO	M7310 ** Publicidad	micro
300 BEES COLOMBIA S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
TORRES FORERO STEFANIA	M7310 ** Publicidad	micro
LOTERO HERRERA ALEXANDRA MARIA	M7310 ** Publicidad	micro
PASSOS VILLARREAL WILLIAM MIGUEL	M7310 ** Publicidad	micro
AGUIRRE TORO JORGE IVAN	M7310 ** Publicidad	micro
ACEVEDO ECHEVERRY JUAN DAVID	M7310 ** Publicidad	micro
GAITAN ZAPATA JUAN SEBASTIAN	M7310 ** Publicidad	micro
BRICEÑO GARCIA JOHN OTHONIEL	M7310 ** Publicidad	micro
ARANGO ARISTIZABAL ANA MARIA	M7310 ** Publicidad	micro
AGENCIA DE PUBLICIDAD Y MERCADEO CIBELES S.A.S	M7310 ** Publicidad	micro
BEARDBOY MARKETING DIGITAL SAS	M7310 ** Publicidad	micro
ALZATE MURILLO JULIAN ANDRES	M7310 ** Publicidad	micro
CRUZ HOYOS CLAUDIA XIMENA	M7310 ** Publicidad	micro
DAVILA PIÑEROS JOHANA STHEFANY	M7310 ** Publicidad	micro
ROJAS CUERVO KAREN NATALIA	M7310 ** Publicidad	micro
MORENO MARIN THALIA MARCELA	M7310 ** Publicidad	micro
CAICEDO NARANJO YULY VANESSA	M7310 ** Publicidad	micro
BETANCUR QUINTERO PAOLA ANDREA	M7310 ** Publicidad	micro
LOPEZ BASTIDAS JEISON JULIAN	M7310 ** Publicidad	micro
OCAMPO ARIAS ANDRES MAURICIO	M7310 ** Publicidad	micro
SPOT IT MEDIOS S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
OSPINA MEJIA MATEO	M7310 ** Publicidad	micro
GONZALEZ VELEZ CLAUDIA YANETH	M7310 ** Publicidad	micro
COLOR SABOR Y AROMA DE MI TIERRA SAS	M7310 ** Publicidad	micro
COMUNICACIONES DEL CAFE S.A.S.	J5813 ** Edición de perlódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Micro
TLT SOLUCIONES DIGITALES S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
CUESTA VALENCIA JOSE WILLIAM	M7310 ** Publicidad	micro
SERNA LEYDY JOANNA	M7310 ** Publicidad	micro
ARDILA CORTES ANDRES FELIPE	J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Micro
QUINTERO CARDONA SANDRA PATRICIA	M7310 ** Publicidad	micro
PUERTA ACEVEDO JULIANA	J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Micro
BOHORQUEZ RIASCOS KEVINTH HERNAN	M7310 ** Publicidad	micro
ROMERO AREVALO DAVID FERNANDO	M7310 ** Publicidad	micro
OSORIO BECERRA ANDERSON ANDREY	M7310 ** Publicidad	micro
VET SOLIDARIA S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
HINCAPIE SANCHEZ CARLOS ANDRES	M7310 ** Publicidad	micro
KOROTOS LOGISTICA Y EVENTOS SAS	M7310 ** Publicidad	micro
GUERRERO FLORES ERICK DANIEL	M7310 ** Publicidad	micro
GALVIS ARANGO SOFIA ANDREA	M7310 ** Publicidad	micro
PLAYCARD AR ZOMAC SAS	M7310 ** Publicidad	micro
ALZATE CACERES GILSON LEANDRO	M7310 ** Publicidad	micro
TORRES GIRALDO DIEGO ESTEBAN	M7310 ** Publicidad	micro

RAZON SOCIAL	CIU-1	TAM-EMPRESA
BETANCOURTH ESCOBAR ROBERTO JAIRO	M7310 ** Publicidad	micro
COBALEDA ARISTIZABAL DIANA MARIA	M7310 ** Publicidad	micro
JIMENEZ CASTAÑO ALBERTO	M7310 ** Publicidad	micro
RAMIREZ ANGULO BRAYHANN	M7310 ** Publicidad	micro
JHON ALAN CHICA CASTAÑO	M7310 ** Publicidad	micro
CAICEDO SAENZ WALTER	M7310 ** Publicidad	micro
PERCIBIR SAS	M7310 ** Publicidad	micro
MURILLO BARRAGAN ERICA PAOLA	M7310 ** Publicidad	micro
IMPRESERVICIOS COMERCIALES SAS	M7310 ** Publicidad	micro
BASE CREATIVA S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
QUINTERO DUQUE JOHN FREDY	M7310 ** Publicidad	micro
MONCADA OSORIO ARMANDO	M7310 ** Publicidad	micro
MORENO BARRAGAN GISELA	M7310 ** Publicidad	micro
GONZALEZ OSORIO JUAN MANUEL	M7310 ** Publicidad	micro
BITWAY INTERNACIONAL S A S	J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Pequeña
A3S MARKETING Y PUBLICIDAD S.A.S	M7310 ** Publicidad	micro
LOPEZ URREA LAURA MARIA	M7310 ** Publicidad	micro
VELASCO NARANJO JHONNATHAN	M7310 ** Publicidad	micro
DIAZ TABARES MARISOL	M7310 ** Publicidad	micro
HERRERA CASTRO CESAREO	M7310 ** Publicidad	micro
HERRERA JIMENEZ WILLIAN ALEXANDER	M7310 ** Publicidad	micro
GONZALEZ YEPES JHON FREDY	M7310 ** Publicidad	micro
J&L MARKETING Y PUBLICIDAD S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
OCHOA QUINTERO DAVID ANDRES	M7310 ** Publicidad	micro
MTPS MARKETING Y PUBLICIDAD S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
VELASQUEZ ARANGO ALEJANDRO	M7310 ** Publicidad	micro
JARAMILLO CASTRILLON DENISSE ALEXANDRA	M7310 ** Publicidad	micro
SALCEDO MANUEL ANTONIO	M7310 ** Publicidad	micro
CORTES PINEDA DIANA MARCELA	M7310 ** Publicidad	micro
JMLM SAS	M7310 ** Publicidad	micro
FERNANDEZ GARCIA JORGE ANDRES	M7310 ** Publicidad	micro
SOY SENTIR HUMANO S.A.S.	J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Micro
PEÑUELA VALENCIA ADELDIRA	M7310 ** Publicidad	micro
GIRALDO CASTRO DANIEL FELIPE	M7310 ** Publicidad	micro
GUTIERREZ CASTAÑO MARIO ANDRES	M7310 ** Publicidad	micro
TRUJILLO CASTILLO HENRY ALONSO	M7310 ** Publicidad	micro
EDITORIAL ESPRESSAMENTE S.A.S.	J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Micro
BUITRAGO HERNANDEZ OVIDIER	M7310 ** Publicidad	micro
BEST SELLER DIGITAL S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
GOMEZ & GALLEGO MARKETING Y PUBLICIDAD S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
MARKETING DE GESTION S.A.S	M7310 ** Publicidad	micro
SANCORDOBA GRUPO CREATIVO S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
GARCIA MORA JOHN ALEXANDER	M7310 ** Publicidad	micro
PERDOMO HINCAPIE JORGE	M7310 ** Publicidad	micro
ECHEVERRY MOLINA DIANA CECILIA	M7310 ** Publicidad	micro
CARDENAS BELLO ANDRES MAURICIO	M7310 ** Publicidad	pequena
SOTO ZORRILLA MARY LUZ	M7310 ** Publicidad	micro
SERNA CARDONA YURI ANDREA	M7310 ** Publicidad	micro
DUEÑAS JARAMILLO DIANA PATRICIA	M7310 ** Publicidad	micro
LOPEZ LONDOÑO JUANA PATRICIA	M7310 ** Publicidad	micro
EL QUINDIANO S.A.S.	J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Micro
CHAMORRO MONTILLA JULIAN ANDRES	M7310 ** Publicidad	micro
CLAVIJO TORRES CRISTIAN CAMILO	M7310 ** Publicidad	micro
QUICENO RODRIGUEZ DIEGO ALEJANDRO	M7310 ** Publicidad	micro
DUQUE BERMUDEZ JUAN RICARDO	M7310 ** Publicidad	micro
RUA BEDOYA JOSE WILSON	M7310 ** Publicidad	micro
HENAO QUICENO ANGELA MARIA	M7310 ** Publicidad	micro
BUSTAMANANTE LOPEZ PAULA ANDREA	M7310 ** Publicidad	micro
INVERSIONES RAMIREZ BEDOYA S.A.S	M7310 ** Publicidad	micro
OROZCO LOPEZ DAMARIS ESTHER	M7310 ** Publicidad	micro
INNOVAMARK S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
GUTIERREZ OSORIO FERNANDO	M7310 ** Publicidad	micro
MORITZ ALZATE FEDERICO	M7310 ** Publicidad	micro
CUBILLOS CARDONA DAYANA ALEXANDRA	M7310 ** Publicidad	micro

RAZON SOCIAL	CIU-1	TAM-EMPRESA
MARTINEZ FORERO JOSE LUIS	M7310 ** Publicidad	micro
ROAD RUNNER. NEGOCIOS COLOMBIA S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
GOMEZ GOMEZ PAOLA ANDREA	M7310 ** Publicidad	micro
QUINTERO GONZALEZ MARIO	M7310 ** Publicidad	micro
ORTIZ OSSA JOSE ADALBERTO	M7310 ** Publicidad	micro
AVILA SANDRA LORENA	M7310 ** Publicidad	micro
ARANGO VILLAMIL CARLOS ANDRES	M7310 ** Publicidad	micro
CORDOBA CIFUENTES JUAN FELIPE	M7310 ** Publicidad	micro
MONTESUMMA S.A.S	M7310 ** Publicidad	micro
ARANGO AGUILAR JORGE IVAN	M7310 ** Publicidad	micro
BARBOSA MOSQUERA DIANA KATERINE	M7310 ** Publicidad	micro
TAMAYO SUAREZ ADALBERTO	J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Micro
SPOT ESTUDIO CREATIVO S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
RUIZ RESTREPO HAROL	M7310 ** Publicidad	micro
BURGOS ARCILA LEIDY JOHANNA	M7310 ** Publicidad	micro
TORO RODAS CLAUDIA FERNANDA	M7310 ** Publicidad	micro
MARULANDA CASTRO JOSE ALEXANDER	M7310 ** Publicidad	micro
CENIT GRUPO CREATIVO S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
G&C MARKETING Y PUBLICIDAD S.A.S	M7310 ** Publicidad	micro
TARQUINO GALVIS JAIME ENRIQUE	M7310 ** Publicidad	micro
RAMIREZ ORTIZ JOSE WILLIAM	M7310 ** Publicidad	micro
VERA LOPEZ JAIME ALBERTO	M7310 ** Publicidad	micro
VALENCIA MARIN GUILLERMO	J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Micro
ACERO ARANGO WILSON	M7310 ** Publicidad	micro
SALAZAR GONZALEZ JUAN CARLOS	M7310 ** Publicidad	micro
CARMONA BEDOYA ANDRES	M7310 ** Publicidad	micro
EJE MEDIA S.A.S	M7310 ** Publicidad	micro
PROMOTORA BENIDORM S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
SALCEDO CORTES MANUEL ANTONIO	M7310 ** Publicidad	micro
CARDONA ARIAS JHON JAIDER	M7310 ** Publicidad	micro
TORRES SALCEDO JOHN MAURICIO	M7310 ** Publicidad	micro
ANDRADE GOMEZ CRISTIAN CAMILO	M7310 ** Publicidad	micro
TORRES LIDER HUMBERTO	M7310 ** Publicidad	micro
QUICENO ROJAS JAIME ANDRES	M7310 ** Publicidad	micro
MARIN JARAMILLO ALEJANDRO	M7310 ** Publicidad	micro
NEIRA VALENCIA JHOAN SEBASTIAN	M7310 ** Publicidad	micro
SANCHEZ GALVEZ MARTHA LUCIA	M7310 ** Publicidad	micro
TAVERA DUQUE GERMAN ANTONIO	M7310 ** Publicidad	micro
CANTOR VASCO HECTOR FABIO	M7310 ** Publicidad	micro
MORALES ECHEVERRI JHOAN MAURICIO	M7310 ** Publicidad	micro
OLARTE BELLO DIEGO ARMANDO	M7310 ** Publicidad	micro
JARAMILLO RAMIREZ HERNAN	M7310 ** Publicidad	micro
HENAO ZAPATA LUIS FERNANDO	M7310 ** Publicidad	micro
MONTEALEGRE PALACIO LILIANA MARIA	M7310 ** Publicidad	micro
VARGAS NARANJO LINA MARCELA	M7310 ** Publicidad	micro
CNC AGENCIA S.A.S	M7310 ** Publicidad	micro
PEÑA ZULUAGA PITAGORAS	M7310 ** Publicidad	micro
COMPAÑIA COLOMBIANA DE MEDIOS Y PUBLICIDAD S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
CONEXION ESTRATEGIA PUBLICITARIA S.A.S	M7310 ** Publicidad	micro
CARDONA CORTES LIZETH VIVIANA	M7310 ** Publicidad	micro
QUICENO GIL LAURA JULIANA	M7310 ** Publicidad	micro
DUQUE QUINTERO RUBY	M7310 ** Publicidad	micro
GUERRERO URREA ALEJANDRO	M7310 ** Publicidad	micro
ARREDONDO ZAMBRANO JAKELINE	M7310 ** Publicidad	micro
MARIN ZULUAGA S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
RAMIREZ OSORIO CAROLINA	M7310 ** Publicidad	micro
MULTIMEDIA ADVERTISING SYSTEMS MAS S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
OROZCO GUTIERREZ FABIAN	M7310 ** Publicidad	micro
VALENCIA LINA MARIA	M7310 ** Publicidad	micro
HOYOS CARDONA ALVARO JOSE	M7310 ** Publicidad	micro
SERNA ANTONIO STEFANY	M7310 ** Publicidad	micro
BEDOYA VALENCIA JAIRO	J5813 ** Edición de periódicos revistas y otras publicaciones periódicas	Micro
MURILLO LEIVA GUSTAVO ALFONSO	M7310 ** Publicidad	micro
NUÑEZ SABOGAL JAIRO ADOLFO	M7310 ** Publicidad	micro
SINERX LAB S.A.S.	M7310 ** Publicidad	micro
SANCHEZ SANCHEZ RICARDO ANTONIO	M7310 ** Publicidad	micro

provisión de los servicios objeto del presente proceso de selección se realicen por parte de población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, toda vez que las actividades requieren de personal profesional de comprobada experiencia e idoneidad para la realización de las actividades propias del contrato.

De conformidad con el Decreto 287 de 2026, que modifica el Decreto 1082 de 2015, y específicamente en cumplimiento del artículo 2.2.1.2.4.2.7.3, las entidades deben incorporar criterios habilitantes diferenciales en favor de emprendimientos y empresas de personas con discapacidad. Estas medidas, aplicables a procesos de licitación pública, selección abreviada, concurso de méritos y regímenes especiales, buscan ajustar los requisitos de experiencia, capacidad financiera u organizacional, o la garantía de seriedad, para fomentar la participación de esta población a nivel nacional.

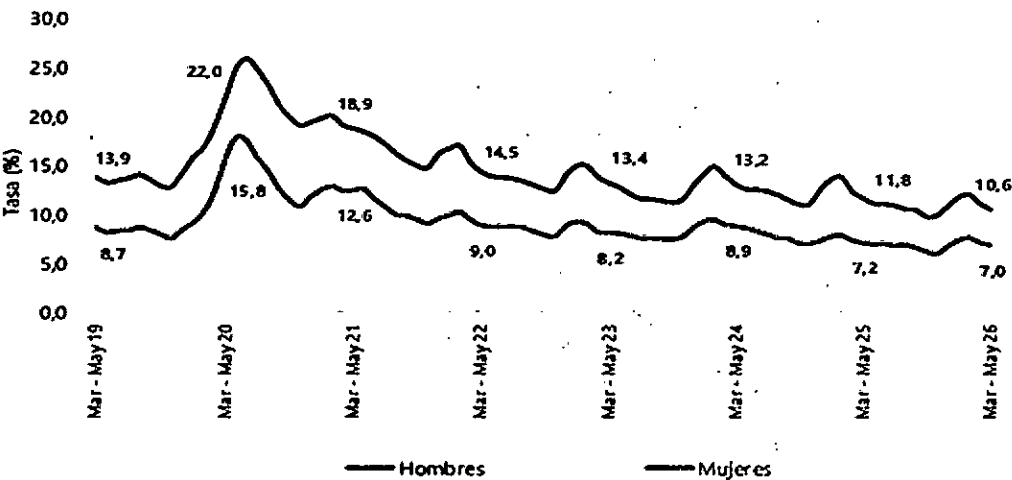
En este contexto, tras consultar el Registro para la Localización y Caracterización de Personas con Discapacidad (RLCPD) —actualizado al 19 de diciembre de 2025 por el Ministerio de Salud y Protección Social¹—, se consolidó la siguiente información:

- Nivel nacional: 576.308 registros.
- Departamento del Quindío: 12.373 registros.
- Municipio de Armenia: 4.377 registros.

Dada la significativa representatividad de estas cifras, se justifica la inclusión de requisitos diferenciales en los estudios previos y documentos del proceso, garantizando así la participación efectiva de estas empresas:

MERCADO LABORAL SEGÚN SEXO
TRIMESTRE MÓVIL MARZO - MAYO 2026

Gráfico 1. Tasa de desocupación (TD) según sexo
Total nacional
Trimestre móvil marzo - mayo (2019-2026)



Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).
Nota: datos expandidos con proyecciones de población, elaboradas con base en los resultados CNPV del 2018.

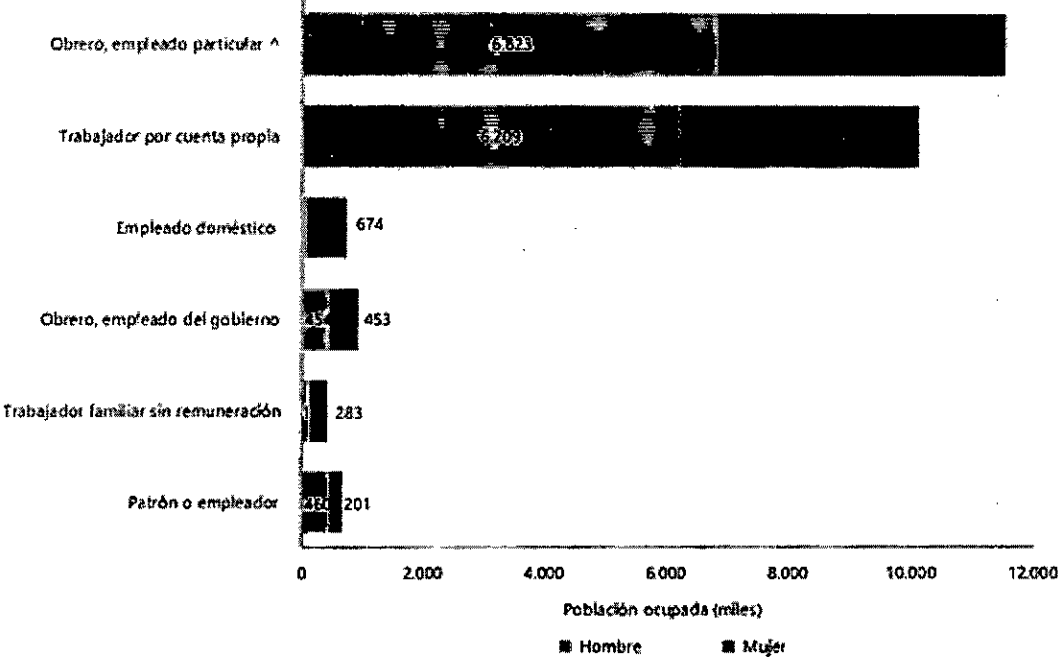
1

https://www.datos.gov.co/Salud-y-Protecci-n-Social/Registro-para-la-Localizaci-n-y-Caracterizaci-n-de/kile-h58h/explore/query/SELECT%0A%20%60departamentoregistro%60%2C%0A%20%20%60municipioregistro%60%2C%0A%20%20%60fcharegistro%60%2C%0A%20%20%60tipoalteracion%60%2C%0A%20%20%60numpersonas%60%0A%20%20%60caseless_conta ins%28%60departamentoregistro%60%2C%20%22quind%22%29%0A%20%20AND%20caseless_contains%28%60municipioregistro%60%2 C%20%22armenia%22%29/page/filter

Distribución de mujeres y hombres ocupados según posición ocupacional

En el trimestre móvil marzo - mayo 2026, las posiciones ocupacionales con un mayor número de mujeres ocupadas fueron Obrero, empleado particular^ (4.729 mil), Trabajador por cuenta propia (3.913 mil) y Empleado doméstico (674 mil).

Gráfico 4. Distribución de mujeres y hombres ocupados según posición ocupacional
Total nacional
Trimestre móvil marzo - mayo 2026



Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).
^ Empleado particular incluye Jornalero o peón.
Nota: cifras de población en miles de personas.
Nota: la suma puede diferir del total por efecto de redondeo y la no inclusión de la categoría "Otro".
Nota: las posiciones ocupacionales se definen a partir de la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo CISE-93. Las definiciones de las posiciones ocupacionales se pueden consultar en el Manual de recolección y conceptos básicos de la GEIH en el siguiente enlace: <https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/900/related-materials> (páginas 92 a 96).

Por lo anterior, acorde con la cantidad de empresas a cargo de mujeres desarrollando una actividad económica correspondiente a Información y comunicaciones y además con posición ocupacional Trabajador por cuenta propia y patrón o empleador, es razonable estipular criterios diferenciales para emprendimientos y empresas de mujeres de conformidad con el artículo 2.2.1.2.4.2.15. del Decreto 1082 de 2015, adicionado por el artículo 3 del Decreto 1860 de 2021.

NORMAS AMBIENTALES Y DE SOSTENIBILIDAD

Para aplicar criterios de sostenibilidad en un proceso de contratación pública cuyo objeto es el "PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO EN EL MARCO DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL", la Guía de Contratación Pública Sostenible y Socialmente Responsable establece los siguientes lineamientos:

Gestión Ambiental: Uso de la norma ISO 14001 para la prevención y mitigación de impactos.

Información Financiera y Climática: Adopción de los estándares internacionales IFRS S1 y S2 (o NIS 1) para divulgar riesgos.

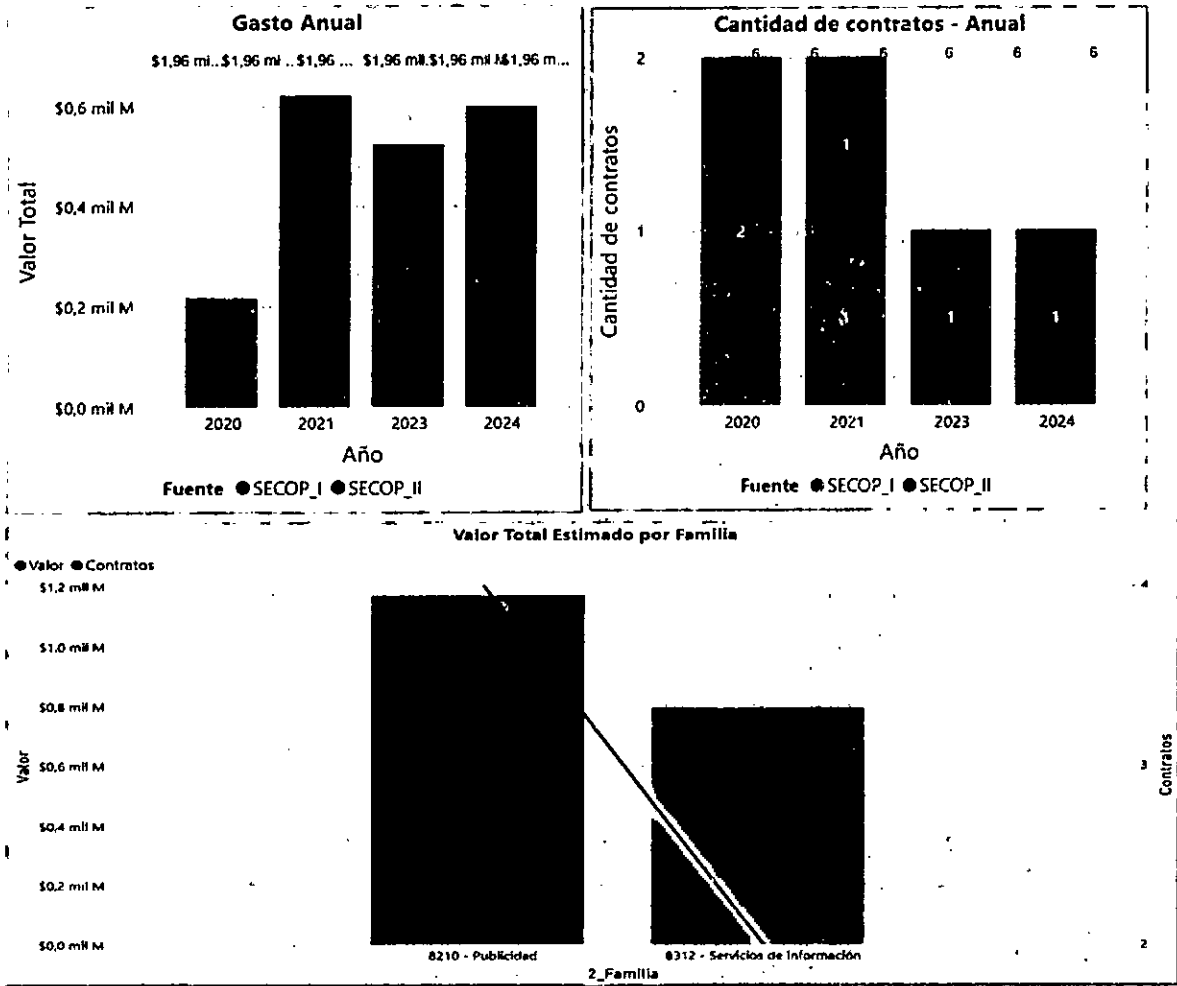
Reportes Nacionales: Cumplimiento de las acciones de reducción de Gases de Efecto Invernadero según la Resolución 1447 de 2018

2. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

A través de la utilización de la herramienta gasto histórico, la cual hace parte del modelo de abastecimiento estratégico desarrollado por la agencia nacional de contratación pública – Colombia Compra Eficiente se obtuvo la siguiente información en el aplicativo **análisis de demanda** correspondiente a los años 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025 y 2026 aplicando los siguientes filtros:

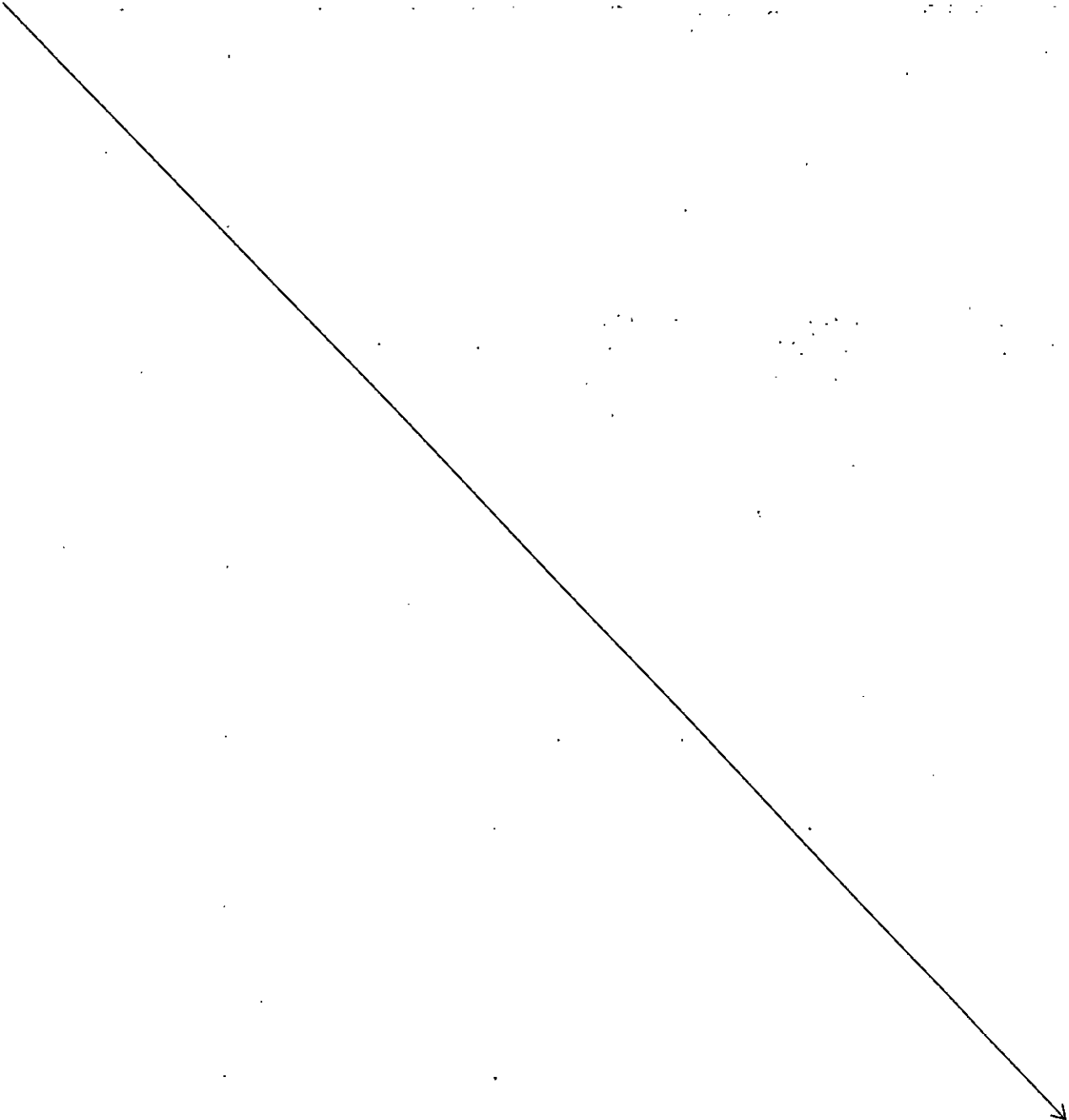
Códigos UNSPC: 80141900- 82101500 – 82101600 - 82101800 – 82101900 – 82131600– 82151500- 83121700

Plataforma: SECOP I – SECOP II
Entidad: CORPORACIÓN AUTONOMA REGIONAL DEL QUINDÍO
Modalidad de selección: Competitiva



	QUINDÍO		QUINDÍO	QUINDÍO
MODALIDAD	Selección Abreviada de Menor Cuantía (Ley 1150 de 2007)	Licitación pública	Selección Abreviada de Menor Cuantía sin manifestación de Interés	Licitación pública
CUANTIA	\$ 192.298.989	597.330.501 COP	445.596.900 COP	449.707.612 COP
PLAZO	60 Días	128 Días	90 Días	
CONTRATISTA	CNC AGENCIAS S.A.S.	CNC AGENCIA SAS	CNC AGENCIA SAS	CNC AGENCIA SAS

A su vez, la Corporación Autónoma Regional del Quindío investigó información con respecto a otras entidades que hayan celebrado y adjudicado procesos en igual modalidad de selección y objeto similar encontrando lo siguiente:



	CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO PROCESO: JURÍDICO DOCUMENTO: FORMATO ESTUDIO DEL SECTOR		
Versión: 01	Fecha: 28 de febrero de 2023	Código: FO-J-24	Página 25 de 38

Entidad	Referencia del Proceso	Descripción del Procedimiento	Fecha de Publicación del Proceso	Precio Base	Modalidad de Contratación	Duración	Nombre del Proveedor Adjudicado	URLProceso
CORPOCESAR	SAMC-001-2026 (Manifestación de interés (Menor Cuantía)) (Presentación de oferta)	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS EN LOS FORMATOS TELEVISIVOS, RADIALES, ESCRITOS Y WEB CON EL PROPÓSITO DE DIFUNDIR LOS DIFERENTES PROGRAMAS	11/02/2026	440.000.000	Selección abreviada menor cuantía	8 meses	EMISORA MARAVILLA STEREO	https://www.secop.gov.co/C01BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?notice=CO1.NTC.10067729
GOBERNACION DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR	LP-SGR-0002-2026	PLAN DE MEDIOS DE LA GOBERNACIÓN DEL CESAR PARA LOGRAR MAYOR ASERTIVIDAD EN LA DIVULGACIÓN DE LOS PROGRAMAS, PLANES, ACCIONES Y PROYECTOS INSTITUCIONALES DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR	4/02/2026	2.004.227.483	Licitación pública	9 (Meses)	CANAL 12 EL NUESTRO	https://www.secop.gov.co/C01BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?notice=CO1.NTC.10060883
COMISIÓN NACIONAL DEL SERVICIO CIVIL	LP-006-2025-CNSC (Presentación de oferta)	PRESTAR LOS SERVICIOS DE AGENCIA DE MEDIOS PARA APOYAR LA ESTRATEGIA DIGITAL, LA PRODUCCIÓN Y EMISIÓN DE CONTENIDOS RADIALES Y LAS CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN EN MEDIOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE LOS PROGRAMAS Y POLÍTICAS RELACIONADAS CON LA ADMINISTRACIÓN Y VIGILANCIA DE LA CARRERA ADMINISTRATIVA Y LA GESTIÓN DE LA CNSC	9/04/2025	500.000.000	Licitación pública	208 (Días)	Universal Group Agencia de Comunicaciones S.A.S	https://www.secop.gov.co/C01BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?notice=CO1.NTC.8070393
GOBERNACION DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR	LP-SGR-0002-2025	PLAN DE MEDIOS DE LA GOBERNACIÓN DEL CESAR PARA LOGRAR MAYOR ASERTIVIDAD EN LA DIVULGACIÓN DE LOS PROGRAMAS, PLANES, ACCIONES Y PROYECTOS INSTITUCIONALES DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR	4/03/2025	1.701.272.510	Licitación pública	255 (Días)	CANAL 12 EL NUESTRO	https://www.secop.gov.co/C01BusinessLine/Tendering/ContractNoticeView/Index?notice=CO1.NTC.7875094

4. ESTUDIO DEL MERCADO:

Se elabora el presente estudio de mercado con el fin de adelantar proceso cuyo objeto es "PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO EN EL MARCO DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL" esto con el fin de la implementación de un Plan de Medios como herramienta estratégica indispensable para fortalecer la difusión institucional de la Corporación.

Para el presente proceso, se publicó un evento de cotización en la plataforma SECOP II el día 12 de mayo de 2026, bajo el proceso COT-SAF-006-2026-PLAN DE MEDIOS, estableciendo como fecha límite para la presentación de ofertas el 15 de mayo de 2026. En respuesta a la invitación realizada a través de la plataforma y utilizando los códigos UNSPSC correspondientes al objeto a contratar, se identificó que el alcance de la invitación fue notificado a un total de **mil novecientos sesenta y tres (1963)** proveedores registrados en el sistema; no obstante, dentro del término establecido únicamente se allegaron tres (03) cotizaciones

Solicitud de Información a los Proveedores

COT-SAF-006-2026-PLAN DE MEDIOS

Unidad de contratación: CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO

Objeto

PROVEEDORES

1963

PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO EN EL MARCO DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL

Código UNSPSC: 85321000-00000000

Fecha de publicación de oferta: 15/05/2026 9:29 PM

LÍNEA DE TIEMPO

Fecha de publicación de oferta

Fecha para presentar ofertas

Presentación de ofertas

LISTA DE OFERTAS

Referencia de oferta	Estado	Presentado	Oferta	Valor
COTIZACIÓN TRASMEDIA S.A.S	TRASMEDIA S.A.S	15/05/2026 9:27 AM	21.226.000	
COTIZACIÓN DUYAN INFORMACION	DUYAN ANDRES	15/05/2026 11:55 AM	12.435.000	
COTIZACIÓN CMC AGENCIA SAS	CMC AGENCIA SAS	14/05/2026 8:29 AM	11.308.000	

EVALUACIÓN ECONÓMICA

MESES

Oferta

EVALUACIÓN

Oferta

Dicha información puede ser verificada en el siguiente enlace:
<https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.10291453&isFromPublicArea=True&isModal=False>

Fecha de elaboración: junio de 2026
Página 28 de 38

	CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO PROCESO: JURÍDICO DOCUMENTO: FORMATO ESTUDIO DEL SECTOR		
Versión: 01	Fecha: 28 de febrero de 2023	Código: FO-J-24	Página 30 de 38

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO – CRQ									
ESTUDIO DE MERCADO									
ÍTEM	MEDIO	PRODUCTO COMUNICACIONAL	DESCRIPCIÓN DETALLADA	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO INCLUIDO IMPUESTOS — COTIZACIONES RECIBIDAS			VALOR TOTAL PROMEDIO REDONDEADO INCLUIDO IMPUESTOS
						CNC AGENCIA SAS	DUVAN ANDRÉS MONDRAGÓN	TRASMEDIA S.A.S.	
1	Radio AM	Cuña radial institucional 30 seg.	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en AM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 9:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por entidad competente, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 200.000	\$ 250.000	\$ 266.364	\$ 238.788
2	Radio FM	Cuña radial institucional 30 seg.	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en FM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 9:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por entidad competente, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 180.000	\$ 200.000	\$ 276.364	\$ 218.788
3	Radio AM	Cuña radial institucional 15 seg. (zona rural)	Difusión de mensajes institucionales en emisoras AM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar cobertura rural y audiencia certificada, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 284.545	\$ 328.182
4	Radio FM	Cuña radial institucional 15 seg. (zona rural)	Difusión de mensajes institucionales en emisoras FM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. –	Emisiones	1	\$ 500.000	\$ 550.000	\$ 413.636	\$ 487.879

	CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO PROCESO: JURÍDICO DOCUMENTO: FORMATO ESTUDIO DEL SECTOR		
	Versión: 01	Fecha: 28 de febrero de 2023	Código: FO-J-24 Página 31 de 38

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO – CRQ									
ESTUDIO DE MERCADO									
ÍTEM	MEDIO	PRODUCTO COMUNICACIONAL	DESCRIPCIÓN DETALLADA	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO INCLUIDO IMPUESTOS — COTIZACIONES RECIBIDAS			VALOR TOTAL PROMEDIO REDONDEADO INCLUIDO IMPUESTOS
						CNC AGENCIA SAS	DUVAN ANDRÉS MONDRAGÓN	TRASMEDIA S.A.S.	
			2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar cobertura rural y audiencia certificada, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.						
5	Radio Digital	Cuña radial institucional 30 seg.	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras digitales con alcance verificable en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en horarios de mayor tráfico y consumo de contenidos, así como la calidad técnica del producto sonoro y la segmentación efectiva de audiencias. El proponente deberá acreditar métricas verificables de audiencia digital (reproducciones, oyentes únicos o alcance mensual certificado por la plataforma), en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 80.000	\$ 125.000	\$ 284.545	\$ 163.182
6	Televisión	Spot televisivo institucional local 30 seg.	Difusión de mensajes institucionales realizados por la CRQ en canales o programas televisivos de cobertura local, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 120.000	\$ 160.000	\$ 292.727	\$ 190.909
7	Televisión	Spot televisivo institucional regional 30 seg.	Difusión de mensajes institucionales realizados por la CRQ en canales o programas televisivos de cobertura regional, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 220.000	\$ 200.000	\$ 419.091	\$ 279.697
8	Televisión	Cápsula audiovisual informativa local (hasta 2 min.)	Difusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRQ, en canales o programas televisivos de cobertura local. Se garantizará su emisión en franjas de	Emisiones	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 517.273	\$ 272.424

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO – CRQ									
ESTUDIO DE MERCADO									
ÍTEM	MEDIO	PRODUCTO COMUNICACIONAL	DESCRIPCIÓN DETALLADA	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO INCLUIDO IMPUESTOS — COTIZACIONES RECIBIDAS			VALOR TOTAL PROMEDIO REDONDEADO INCLUIDO IMPUESTOS
						CNC AGENCIA SAS	DUVAN ANDRÉS MONDRAGÓN	TRASMEDIA S.A.S.	
			alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado. Nota: la producción del contenido audiovisual es responsabilidad de la CRQ; el proveedor garantiza exclusivamente la difusión.						
9	Televisión	Cápsula audiovisual informativa regional (hasta 2 min.)	Difusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRQ, en canales o programas televisivos de cobertura regional. Se garantizará su emisión en franjas de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado. Nota: la producción del contenido audiovisual es responsabilidad de la CRQ; el proveedor garantiza exclusivamente la difusión.	Emisiones	1	\$ 600.000	\$ 650.000	\$ 855.455	\$ 701.818
10	Prensa Escrita	Pauta institucional media página	Publicación de contenidos institucionales en medios de prensa escrita en formato de media página (mínimo 25 cm x 19 cm o equivalente), garantizando adecuada resolución (mínimo 300 dpi), legibilidad, calidad de impresión y ubicación en espacios de alta visibilidad (preferiblemente páginas impares o secciones de alta circulación), de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá acreditar circulación certificada en el departamento del Quindío, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 1.000.000	\$ 1.050.000	\$ 2.194.545	\$ 1.414.848
11	Prensa Escrita	Pauta institucional página completa	Publicación de contenidos institucionales en medios de prensa escrita en formato de página completa, garantizando adecuada resolución (mínimo 300 dpi), legibilidad, calidad de impresión y ubicación en espacios de alta visibilidad, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá acreditar circulación certificada en el departamento del Quindío, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 3.441.818	\$ 2.347.273
12	Publireportajes	Publireportaje institucional — medio digital	Publicación de contenidos informativos y pedagógicos sobre temas afines a la misionalidad de la entidad, mediante publireportajes con una extensión mínima de 1.500 caracteres, acompañados de registro fotográfico (mínimo 2 fotografías en alta resolución), en medio digital con alcance departamental y regional o nacional. El proponente deberá garantizar su publicación en espacio de alta visibilidad dentro del portal	Publicaciones	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.393.636	\$ 747.879

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO – CRQ									
ESTUDIO DE MERCADO									
ÍTEM	MEDIO	PRODUCTO COMUNICACIONAL	DESCRIPCIÓN DETALLADA	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO INCLUIDO IMPUESTOS — COTIZACIONES RECIBIDAS			VALOR TOTAL PROMEDIO REDONDEADO INCLUIDO IMPUESTOS
						CNC AGENCIA SAS	DUVAN ANDRÉS MONDRAGÓN	TRASMEDIA S.A.S.	
			(página principal o sección destacada), permanencia mínima de 30 días en línea, reporte de métricas de alcance (visitas e impresiones), así como la calidad del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.						
13	Publireportajes	Publireportaje institucional — prensa escrita	Publicación de contenidos informativos y pedagógicos sobre temas afines a la misionalidad de la entidad, mediante publireportajes con una extensión mínima de 3.000 caracteres y/o página completa, acompañados de registro fotográfico (mínimo 2 fotografías), en medios de prensa escrita con alcance departamental, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá garantizar su ubicación en espacios de alta visibilidad, la calidad del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 2.000.000	\$ 2.200.000	\$ 3.907.273	\$ 2.702.424
14	Medios Digitales	Campaña institucional en medios digitales	Difusión de campañas institucionales en portales informativos, fan page o medios digitales con audiencia en el departamento del Quindío, mediante publicaciones en formato digital (noticia, post o contenido multimedia), con un mínimo de 5 piezas gráficas con fotografía y contenido institucional y copy de mínimo 200 caracteres por pieza. El proponente deberá garantizar alcance verificable mediante métricas certificadas por publicación o alcance equivalente certificado, permanencia mínima del contenido publicado de 30 días, adecuada segmentación del público objetivo y calidad del mensaje, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 1.180.000	\$ 726.667
15	Producción Audiovisual	Producción audiovisual institucional	Producción integral de piezas audiovisuales institucionales en formato video, orientadas a campañas de promoción ambiental, que incluya etapas de preproducción (guion, storyboard y logística), producción (filmación con equipo HD) y postproducción (edición, corrección de color, mezcla de audio y graficación), tales como videos institucionales, cápsulas informativas o microcontenidos digitales, con duración de hasta 2 minutos según la necesidad de la entidad. El proveedor garantizará la entrega del producto final en alta definición (mínimo 1080p), con sonido claro, edición profesional y archivos en los formatos requeridos para su difusión en medios televisivos y digitales. Nota: este ítem corresponde a producción y no incluye pauta o difusión.	Producto	1	\$ 2.500.000	\$ 3.000.000	\$ 2.887.273	\$ 2.795.758

	CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO PROCESO: JURÍDICO DOCUMENTO: FORMATO ESTUDIO DEL SECTOR		
Versión: 01	Fecha: 28 de febrero de 2023	Código: FO-J-24	Página 34 de 38

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO – CRQ									
ESTUDIO DE MERCADO									
ÍTEM	MEDIO	PRODUCTO COMUNICACIONAL	DESCRIPCIÓN DETALLADA	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO INCLUIDO IMPUESTOS — COTIZACIONES RECIBIDAS			VALOR TOTAL PROMEDIO REDONDEADO INCLUIDO IMPUESTOS
						CNC AGENCIA SAS	DUVAN ANDRÉS MONDRAGÓN	TRASMEDIA S.A.S.	
16	Producción Sonora	Producción de cuña radial institucional	Producción integral de piezas sonoras institucionales para su difusión en radio, orientadas a campañas de educación y promoción ambiental, que incluya procesos de preproducción (guion y dirección vocal), grabación en estudio profesional y postproducción (edición, musicalización y masterización), con una duración de entre 15 y 30 segundos según la necesidad de la entidad. El proveedor garantizará la calidad técnica del producto (claridad de audio, adecuada locución, musicalización y edición profesional), la entrega en formatos de audio de alta calidad (WAV o MP3 a 320 kbps), así como la coherencia y comprensión del mensaje en relación con los objetivos de comunicación institucional. Nota: este ítem corresponde a producción y no incluye pauta o emisión al aire.	Producto	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 681.818	\$ 760.606
SUBTOTAL									\$ 14.377.122
% ADMINISTRACIÓN						12%	11%	10%	11%
VALOR ADMINISTRACIÓN									\$ 1.581.483
VALOR TOTAL									\$ 15.958.605

De acuerdo con lo anterior, la Corporación Autónoma Regional del Quindío estima que el valor del presente Proceso asciende a la suma de **CUATROCIENTOS MILLONES DE PESOS M/CTE (\$400.000.000)**.

El presupuesto asignado para este proceso según los códigos CPC es el siguiente:

VALORES POR CÓDIGO CPC DANE	
83990	400.000.000
TOTAL	400.000.000

5. ANÁLISIS CAPACIDAD FINANCIERA:

El objeto de la verificación financiera es validar si los proponentes cuentan con la capacidad financiera exigida en el pliego de condiciones.

De conformidad con lo establecido en el numeral 15 de artículo 25 de la Ley 80 de 1993, Artículo 6 de la Ley 1150 de 2007 modificado por el artículo 221 del Decreto Ley 019 de 2012 y el artículo 2.2.1.1.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015, la experiencia, capacidad jurídica, capacidad financiera y capacidad organizacional serán requisitos habilitantes contenidos en el RUP.

Todos los proponentes que demuestren interés en participar en el presente proceso de contratación, deberán estar inscritos en el Registro Único de Proponentes con el fin de que la Entidad realice la verificación de los requisitos habilitantes de carácter financiero de conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.1.1.5.3 del Decreto 1082 de 2015 del cual establece tres tipo de indicadores de capacidad financiera: **LIQUIDEZ, NIVEL DE ENDEUDAMIENTO Y RAZON DE COBERTURA DE INTERESES** y dos tipos para establecer la capacidad organizacional: **RENTABILIDAD DEL ACTIVO Y RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO** y el Artículo 6 de la Ley 1150 de 2007 modificado por el artículo 221 del Decreto Ley 019 de 2012, cuando se renueve o actualice el Registro Único de Proponentes, la información que se modifica estará vigente hasta que la nueva información quede en firme.

PROCESO	INDICADORES FINANCIEROS			INDICADORES DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL	
	INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZON DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
LP-004-2024	1,43	0,63	2,09	0,09	0,04
SAMC-001-2026	2,5	0,50	3,00	0,06	0,05
LP-SGR-0002-2026	1,91	0,59	2,46	0,19	0,08
LP-SGR-0002-2025	1,84	0,49	25,27	0,14	0,08
LP-006-2025-CNSC	1,4	0,65	7,09	0,09	0,03
PROMEDIO	1,81	0,57	7,98	0,11	0,05
MEDIANA	1,84	0,59	3,00	0,09	0,05

Teniendo en cuenta los valores obtenidos a través de la aplicación del método de media aritmética, se establecen los siguientes indicadores de Capacidad financiera y capacidad organizacional:

- Índice de liquidez:** Determina la capacidad que tiene un proponente para cumplir con sus obligaciones de corto plazo. A mayor liquidez, menor es la probabilidad de que el proponente incumpla sus obligaciones a corto plazo.

$$Indice\ de\ liquidez = \frac{activo\ corriente}{pasivo\ corriente}$$

El interés de la entidad es que los oferentes tengan un índice de liquidez mínimo y acorde al presupuesto, este debe ser **Mayor o Igual a 1,81 (≥ 1,81)**

Para el caso de oferentes plurales por medio de uniones temporales, consorcios y promesas de sociedad futura. La Entidad Estatal calculará los indicadores de los oferentes plurales a partir de la información de cada integrante del oferente plural de la siguiente manera.

$$(iii)\ Índice = \frac{\left(\sum_{i=1}^n Componente\ 1\ del\ indicador_i\right)}{\left(\sum_{i=1}^n Componente\ 2\ del\ indicador_i\right)}$$

Donde n es el número de integrantes del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

NOTA: "El (los) proponente(s) que no tiene(n) pasivo(s) corrientes está(n) habilitado(s) respecto del índice de liquidez"

- Índice de Endeudamiento:** El índice de endeudamiento financiero es una relación de deuda que sirve para medir el apalancamiento financiero de una empresa. Este índice se calcula dividiendo el pasivo total de una empresa por su patrimonio neto, e indica cuánta deuda usa una empresa para financiar sus activos con relación al patrimonio neto

$$Indice\ de\ endeudamiento = \frac{Total\ del\ Pasivo}{Total\ del\ Activo}$$

El indicador de Endeudamiento del análisis de los procesos similares de otras entidades identificados durante el estudio del sector que representan la muestra base del presente cálculo y se ajusta el índice de endeudamiento en un valor **Menor o Igual a 0,59 (≤ 0,59)**

Para el caso de oferentes plurales por medio de uniones temporales, consorcios y promesas de sociedad futura. La Entidad Estatal calculará los indicadores de los oferentes plurales a partir de la información de cada integrante del oferente plural de la siguiente manera.

$$(iii)\ Índice = \frac{\left(\sum_{i=1}^n Componente\ 1\ del\ indicador_i\right)}{\left(\sum_{i=1}^n Componente\ 2\ del\ indicador_i\right)}$$

Donde n es el número de integrantes del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

- Razón de Cobertura de Intereses:** es fundamental para un proveedor estar al día con sus obligaciones financieras, particularmente con la obligación de pagar intereses financieros. Una compañía puede encontrarse en dificultades financieras y

operacionales y mantener el giro ordinario de sus negocios por un buen tiempo en la medida en que sea capaz de pagar sus intereses de deuda.

$$Razon\ de\ cobertura\ de\ intereses = \frac{Utilidad\ operacional}{Gastos\ de\ intereses}$$

El indicador de razón de cobertura de intereses del análisis de los procesos similares de otras entidades identificados durante el estudio del sector representa la muestra base del presente calculo indicando que los proponentes pueden pagar sus intereses financieros, lo que se puede considerar como una relación sólida, acorde a lo anterior se determina el índice de Razón de cobertura de intereses. **Mayor o igual a 3,00 (≥ 3,00)**

NOTA: Para el cálculo de este indicador, en caso de que los gastos de intereses del proponente sean cero (0), el proponente será habilitado, toda vez que la empresa no presentaría obligaciones financieras.

Para el caso de oferentes plurales por medio de uniones temporales, consorcios y promesas de sociedad futura. La Entidad Estatal calculará los indicadores de los oferentes plurales a partir de la información de cada integrante del oferente plural de la siguiente manera.

$$(iii)\ Indicator = \frac{\left(\sum_{i=1}^n Componente\ 1\ del\ indicador_i\right)}{\left(\sum_{i=1}^n Componente\ 2\ del\ indicador_i\right)}$$

Donde n es el número de integrantes del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

ANALISIS CAPACIDAD ORGANIZACIONAL:

- Rentabilidad del Patrimonio:** Este indicador determina la rentabilidad del patrimonio del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el patrimonio. A mayor rentabilidad sobre el patrimonio, mayor es la rentabilidad de los accionistas y mejor la capacidad organizacional del proponente. La rentabilidad del patrimonio al ser positiva indica que tan rentable fue el patrimonio de la empresa durante el año.

$$Rentabilidad\ del\ patrimonio = \frac{Utilidad\ operacional}{Patrimonio}$$

La Rentabilidad del patrimonio deberá ser Mayor o Igual a 0,09 (≥ 0,09)

Para el caso de oferentes plurales por medio de uniones temporales, consorcios y promesas de sociedad futura. La Entidad Estatal calculará los indicadores de los oferentes plurales a partir de la información de cada integrante del oferente plural de la siguiente manera.

$$(iii)\ Indicator = \frac{\left(\sum_{i=1}^n Componente\ 1\ del\ indicador_i\right)}{\left(\sum_{i=1}^n Componente\ 2\ del\ indicador_i\right)}$$

Donde n es el número de integrantes del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

- Rentabilidad del Activo:** Este indicador determina la rentabilidad de los activos del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo. Este indicador al ser positivo muestra que, a mayor rentabilidad sobre los activos, mayor es la rentabilidad del negocio y mejor la

capacidad organizacional del proponente. De igual manera significa que por cada peso invertido en activo total, cuanto se genera en utilidad operacional

$$Rentabilidad\ del\ activo = \frac{Utilidad\ operacional}{Activo\ Total}$$

La Rentabilidad del Activo debe ser Mayor o Igual a 0,05(≥ 0,05)

Para el caso de oferentes plurales por medio de uniones temporales, consorcios y promesas de sociedad futura. La Entidad Estatal calculará los indicadores de los oferentes plurales a partir de la información de cada integrante del oferente plural de la siguiente manera.

$$(iii)\ Indica\text{d}\text{o}\text{r} = \frac{\left(\sum_{i=1}^n Componente\ 1\ del\ indica\text{d}\text{o}\text{r}_i\right)}{\left(\sum_{i=1}^n Componente\ 2\ del\ indica\text{d}\text{o}\text{r}_i\right)}$$

Donde n es el número de integrantes del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

NOTA ACLARATORIA: En caso de que el proponente sea consorcio o unión temporal, la acreditación de los índices financieros y de capacidad organizacional, se efectuará con la información financiera de sus integrantes.

La entidad se reserva el derecho de solicitar los documentos que considere necesarios para la verificación de dichos indicadores.

Análisis de Riesgos

De conformidad con lo dispuesto por el artículo 4 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.1.1.6.3 del Decreto 1082 de 2015, en el presente proceso de selección la entidad ha evaluado el riesgo que representa para el cumplimiento de sus metas y objetivos, basándose en las reglas contenidas en el Manual para la identificación y cobertura del riesgo en los procesos de contratación, expedido por Colombia Compra Eficiente. **(Anexo Matriz de Riesgos).**


FELIPE ANDRES CASTRILLÓN OBANDO
Profesional Universitario
Elaboró componente Técnico

Catalina M^a Gómez M
CATALINA MARIA GÓMEZ MONTOYA
Asesor de Dirección General
Revisó y Aprobó componente Técnico

PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO EN EL MARCO DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL																						
2020	Clase	Fuente	Etapas	Tipo	Descripción	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/Control a ser implementado	Impacto después del tratamiento				¿Afecta la ejecución del contrato?	Responsable por implementar el tratamiento	Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Fecha estimada en que se completa el tratamiento	¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad
													Probabilidad	Impacto	Valoración	Categoría						
1	GENERAL	INTERNO	EJECUCION	FINANCIERO	Falta de pagos o retrasos en los pagos del valor del contrato.	Obstruye la ejecución del contrato.	1	3	4	BAJO	CONTRATANTE	verificar los pagos al contratista	1	2	3	BAJO	SI	SUPERVISOR DEL CONTRATO	desde que se hace el registro presupuestal al contratista	pago de la factura	por medio de la supervisión	mensual
2	ESPECIFICO	EXTERNO	EJECUCION	FINANCIERO	estimación inadecuada de costos.	No ejecución del contrato o ejecución parcial.	2	3	5	BAJO	CONTRATISTA	hacer efectiva la garantía de solvencia	1	2	3	BAJO	SI	CONTRATISTA	desde el inicio del plazo de ejecución	de la garantía del cumplimiento	por medio de la supervisión	diaria
3	ESPECIFICO	EXTERNO	EJECUCION	OPERACIONAL	incumplimiento por parte del contratista en el tiempo de ejecución del contrato.	no ejecución del objeto contractual.	2	3	5	MEDIO	CONTRATISTA A	hacer efectiva la garantía de cumplimiento	1	2	3	BAJO	SI	CONTRATISTA A	desde el inicio del plazo de ejecución	aplicación de la garantía de cumplimiento	por medio de la supervisión	diaria
4	ESPECIFICO	INTERNO	CONTRATACION	OPERACIONAL	riesgos asociados al incumplimiento de la publicación.	obstruye la correcta ejecución del contrato.	1	3	4	BAJO	CONTRATANTE	verificar que los documentos se publiquen en el tiempo establecido en el cronograma	1	2	3	BAJO	SI	AREA DE CONTRATACION	desde la publicación del estudio previo e invitación.	hasta la celebración del contrato.	por medio de la vigilancia de la oficina de contratación (publicaciones web regional suare.)	diaria
5	GENERAL	INTERNO	PLANEACION	OPERACIONAL	No adjudicación	se declara desierto el proceso	2	2	4	BAJO	ENTIDAD ESTATAL	Revisión del análisis del sector	1	2	3	BAJO	SI	AREA DE CONTRATACION	al realizar análisis del sector.	hasta el informe de evaluación	etapas de evaluación	un evento
5	Específico	Externo	Ejecución	Operacional	Que las condiciones del mercado varíen, provocando fluctuación de las tasas de interés, tasas de cambio y variaciones cambiarias y financieras por causas micro y macro económicas	Posible liquidez del contratista que trata de conseguir la no entrega de los productos requeridos	1	3	4	Bajo	Interventor	Garantizar contractualmente la responsabilidad del contratista de contar con un recurso financiero para cumplir con la prestación del servicio.	1	2	3	Bajo	SI	Entidad Estatal	Desde el inicio de ejecución del contrato	Hasta la suscripción del acta de recepción satisfactoria por parte del supervisor.	Por medio de la supervisión	Permanente
6	GENERAL	EXTERNO	EJECUCION	OPERACIONAL	Fuerza Mayor o Caso Fortuito	eventos imprevisibles, irresistibles y temporales que afectan la ejecución del contrato	2	2	4	MEDIO	CONTRATANTE	se otorga el derecho de suspensión caso en el cual la administración valore y determine la validez, el contratista deberá informar a la CRC dentro de la 24 horas siguientes, so pena de responder por los daños y perjuicios	1	2	3	BAJO	SI	SUPERVISOR DEL CONTRATO	desde el acta de inicio del contrato	hasta la terminación de la ejecución del contrato	por medio de la supervisión	en el evento

Elaboró - Proyecto:

Felipe Andrés Cañón

Revisó - Ajustó OAJ:

		SOLICITUD DE INFORMACIÓN A PROVEEDORES	
OBJETO CONTRACTUAL: PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO EN EL MARCO DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES E INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL.			
NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL SERGIO ALEXANDER ORTIZ NEIRA		CEDULA 1.094.922.256 de Armenia	
NOMBRE DE EMPRESA TRASMEDIA S.A.S.		NIT 901.558.371-1	
E-MAIL agenciainformacion@gmail.com		TAMANO DE LA EMPRESA Grande () Mediana (X) Pequeña () PYME (x)	
		TELEFONO 318 388 1448	
		DIRECCIÓN EMPRESA Centro Comercial Bolívar Local S-06, Armenia, Quindío	

La presente solicitud de información de proveedores y cotización se requiere, bajo los parámetros de la ficha técnica anexa a este documento, para lo cual solicitamos la cotización así:

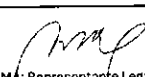
Item	Medio	Producto Comunicacional	Descripción detallada	Unidad	Cantidad	Valor Unitario incluido impuestos
1	Radio AM	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en AM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 9:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por entidad competente, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 266,364
2	Radio FM	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en FM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 9:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por entidad competente, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 276,364
3	Radio AM	Emisión de cuñas radiales institucionales 15 segundos	Difusión de mensajes institucionales en emisoras AM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar cobertura rural y audiencia certificada, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$284,545
4	Radio FM	Emisión de cuñas radiales institucionales 15 segundos	Difusión de mensajes institucionales en emisoras FM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar cobertura rural y audiencia certificada, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$413,636
5	Radio Digital	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras digitales con alcance verificable en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en horarios de mayor tráfico y consumo de contenidos, así como la calidad técnica del producto sonoro y la segmentación efectiva de audiencias. El proponente deberá acreditar métricas verificables de audiencia digital (reproducciones, oyentes únicos o alcance mensual certificado por la plataforma), en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$284,545
6	Televisión	Emisión de spot televisivo institucional en medio local 30 segundos	Difusión de mensajes institucionales realizados por la CRO en canales o programas televisivos de cobertura local, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$292,727

7	Televisión	Emisión de spot televisivo institucional en medio regional 30 segundos	Difusión de mensajes institucionales realizados por la CRQ en canales o programas televisivos de cobertura regional, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$416,001
8	Televisión	Emisión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales (hasta 2 minutos en medio local)	Difusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRQ, en canales o programas televisivos de cobertura local. Se garantizará su emisión en franjas de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado. Nota: la producción del contenido audiovisual es responsabilidad de la CRQ; el proveedor garantiza exclusivamente la difusión, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$517,273
9	Televisión	Emisión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales (hasta 2 minutos en medio regional)	Difusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRQ, en canales o programas televisivos de cobertura regional. Se garantizará su emisión en franjas de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado. Nota: la producción del contenido audiovisual es responsabilidad de la CRQ; el proveedor garantiza exclusivamente la difusión, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$685,455
10	Prensa Escrita	Publicación de pauta institucional — media página	Publicación de contenidos institucionales en medios de prensa escrita en formato de media página (mínimo 25 cm x 19 cm o equivalente), garantizando adecuada resolución (mínimo 300 dpi), legibilidad, calidad de impresión y ubicación en espacios de alta visibilidad (preferiblemente páginas impares o secciones de alta circulación), de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá acreditar circulación certificada en el departamento del Quindío, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$2,184,545
11	Prensa Escrita	Publicación de pauta institucional a una (1) página completa	Publicación de contenidos institucionales en medios de prensa escrita en formato de página completa, garantizando adecuada resolución (mínimo 300 dpi), legibilidad, calidad de impresión y ubicación en espacios de alta visibilidad, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá acreditar circulación certificada en el departamento del Quindío, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$3,441,815
12	Publireportajes	Publireportajes institucionales medio digital	Publicación de contenidos informativos y pedagógicos sobre temas afines a la misionalidad de la entidad, mediante publireportajes con una extensión mínima de 1,500 caracteres, acompañados de registro fotográfico (mínimo 2 fotografías en alta resolución), en medio digital con alcance departamental y regional o nacional, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá garantizar su publicación en espacio de alta visibilidad dentro del portal (página principal o sección destacada), permanencia mínima de 30 días en línea, reporte de métricas de alcance (visitas e impresiones), así como la calidad del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$1,303,636

13	Publireportajes	Publireportajes institucionales prensa escrita	Publicación de contenidos informativos y pedagógicos sobre temas afines a la misionalidad de la entidad, mediante publireportajes con una extensión mínima de 3.000 caracteres y/o página completa, acompañados de registro fotográfico (mínimo 2 fotografías), en medios de prensa escrita con alcance departamental, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá garantizar su ubicación en espacios de alta visibilidad, la calidad del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$3,907,273
14	Medios Digitales	Publicación de campañas institucionales en medios de comunicación digitales	Difusión de campañas institucionales en portales informativos, fan page o medios digitales con audiencia en el departamento del Quindío, mediante publicaciones en formato digital (noticia, post o contenido multimedia), con un mínimo de 5 piezas gráficas con fotografía y contenido institucional y copy de mínimo 200 caracteres por pieza. El proponente deberá garantizar alcance verificable mediante métricas certificadas por publicación o alcance equivalente certificado), permanencia mínima del contenido publicado de 30 días, adecuada segmentación del público objetivo y calidad del mensaje, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$1,180,000
15	Producción Audiovisual	Producción audiovisual institucional	Producción integral de piezas audiovisuales institucionales en formato video, orientadas a campañas de promoción ambiental, que incluya etapas de preproducción (guion, storyboard y logística), producción (filmación con equipo HD) y postproducción (edición, corrección de color, mezcla de audio y graficación), tales como videos institucionales, cápsulas informativas o microcontenidos digitales, con duración de hasta 2 minutos según la necesidad de la entidad. El proveedor garantizará la entrega del producto final en alta definición (mínimo 1080p), con sonido claro, edición profesional y archivos en los formatos requeridos para su difusión en medios televisivos y digitales. Nota: este ítem corresponde a producción y no incluye pauta o difusión.	Producto	1	\$2,887,273
16	Producción Sonora	Producción de cuñas radiales institucionales	Producción integral de piezas sonoras institucionales para su difusión en radio, orientadas a campañas de educación y promoción ambiental, que incluya procesos de preproducción (guion y dirección vocal), grabación en estudio profesional y postproducción (edición, musicalización y masterización), con una duración de entre 15 y 30 segundos según la necesidad de la entidad. El proveedor garantizará la calidad técnica del producto (claridad de audio, adecuada locución, musicalización y edición profesional), la entrega en formatos de audio de alta calidad (WAV o MP3 a 320 kbps), así como la coherencia y comprensión del mensaje en relación con los objetivos de comunicación institucional. Nota: este ítem corresponde a producción y no incluye pauta o emisión al aire.	Producto	1	\$681,818
SUB TOTAL						\$ 19,296,363
VALOR ADMINISTRACION(%)					10.00%	\$ 1,929,637
VALOR TOTAL						\$ 21,226,000
Instrucciones de diligenciamiento: - Por favor diligenciar sólo y todas las celdas resaltadas en color VERDE - Revisar todos los requerimientos que se exponen en el Documento Técnico y formular su cotización en concordancia con este						
Notas para la presente cotización: 1. Al señalar los Porcentajes de Descuento, deberá tener en cuenta todos los costos directos e indirectos para la correcta y completa ejecución contractual, así mismo como los descuentos tributarios que la Corporación realiza. 2. Esta cotización es parte del estudio de mercado de la CRQ, previo a la contratación, y no implica ninguna obligación de contratar. 3. Esta cotización tiene una vigencia de 120 días a partir de la fecha de diligenciamiento.						
LOS DATOS PROPORCIONADOS SERÁN TRATADOS DE ACUERDO A LA POLÍTICA DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO Y A LA LEY 1581 DE 2012						
Cualquier información comunicarse por medio de los mensajes públicos en la plataforma SECOP II						
La formulación de la solicitud, ni la presentación de la cotización genera un compromiso u obligación por parte de la CRQ, ya que la presente se realiza como parte de los análisis del sector conforme a los lineamientos establecidos por Colombia Compra Eficiente - CCE.						
NOMBRE O DENOMINACIÓN SOCIAL COMPLETA: TRASMEDIA S.A.S. NIT Nro.: 901.558.371-1 REPRESENTANTE LEGAL: SERGIO ALEXANDER ORTIZ NEIRA DIRECCIÓN FÍSICA: CENTRO COMERCIAL BOLÍVAR LOCAL S-06 – ARMENIA, QUINDÍO. CELULAR: 318 3881446 CIUDAD: Armenia, Quindío.				Firma: 		

	SOLICITUD DE INFORMACIÓN A PROVEEDORES					
OBJETO CONTRACTUAL: PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO EN EL MARCO DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES E INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL.						
NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL		CEDULA			TELEFONO	
CARLOS ALBERTO ARTURO MARTINEZ		7553483			3206984696	
NOMBRE DE EMPRESA		NIT			DIRECCIÓN EMPRESA	
CNC AGENCIA SAS		900717324-4			Av Centenario Calle 31 Norte	
E-MAIL		TAMAÑO DE LA EMPRESA			Vereda Tigreiros Finca El Triangulo - Amenia Q.	
gerencia@cncagenciasas.co		Grande () Mediana (X) Pequeña () PYME ()				
La presente solicitud de información de proveedores y cotización se requiere, bajo los parámetros de la ficha técnica anexa a este documento, para lo cual solicitamos la cotización así:						
Ítem	Medio	Producto Comunicacional	Descripción detallada	Unidad	Cantidad	Valor Unitario Incluido Impuestos
1	Radio AM	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en AM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 9:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por entidad competente, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 200.000
2	Radio FM	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en FM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 9:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por entidad competente, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 180.000
3	Radio AM	Emisión de cuñas radiales institucionales 15 segundos	Difusión de mensajes institucionales en emisoras AM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar cobertura rural y audiencia certificada, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 350.000
4	Radio FM	Emisión de cuñas radiales institucionales 15 segundos	Difusión de mensajes institucionales en emisoras FM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar cobertura rural y audiencia certificada, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 500.000
5	Radio Digital	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras digitales con alcance verificable en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en horarios de mayor tráfico y consumo de contenidos, así como la calidad técnica del producto sonoro y la segmentación efectiva de audiencias. El proponente deberá acreditar métricas verificables de audiencia digital (reproducciones, oyentes únicos o alcance mensual certificado por la plataforma), en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 80.000
6	Televisión	Emisión de spot televisivo institucional en medio local 30 segundos	Difusión de mensajes institucionales realizados por la CRQ en canales o programas televisivos de cobertura local, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 120.000

7	Televisión	Emisión de spot televisivo institucional en medio regional 30 segundos	Difusión de mensajes institucionales realizados por la CRQ en canales o programas televisivos de cobertura regional, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 220.000
8	Televisión	Emisión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales (hasta 2 minutos en medio local)	Difusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRQ, en canales o programas televisivos de cobertura local. Se garantizará su emisión en franjas de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado. Nota: la producción del contenido audiovisual es responsabilidad de la CRQ; el proveedor garantiza exclusivamente la difusión, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 150.000
9	Televisión	Emisión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales (hasta 2 minutos en medio regional)	Difusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRQ, en canales o programas televisivos de cobertura regional. Se garantizará su emisión en franjas de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado. Nota: la producción del contenido audiovisual es responsabilidad de la CRQ; el proveedor garantiza exclusivamente la difusión, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 600.000
10	Prensa Escrita	Publicación de pauta institucional — media página	Publicación de contenidos institucionales en medios de prensa escrita en formato de media página (mínimo 25 cm x 19 cm o equivalente), garantizando adecuada resolución (mínimo 300 dpi), legibilidad, calidad de impresión y ubicación en espacios de alta visibilidad (preferiblemente páginas impares o secciones de alta circulación), de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá acreditar circulación certificada en el departamento del Quindío, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 1.000.000
11	Prensa Escrita	Publicación de pauta institucional — una (1) página completa	Publicación de contenidos institucionales en medios de prensa escrita en formato de página completa, garantizando adecuada resolución (mínimo 300 dpi), legibilidad, calidad de impresión y ubicación en espacios de alta visibilidad, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá acreditar circulación certificada en el departamento del Quindío, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 1.800.000

12	Publireportajes	Publireportajes institucionales medio digital	Publicación de contenidos informativos y pedagógicos sobre temas afines a la misionalidad de la entidad, mediante publireportajes con una extensión mínima de 1.500 caracteres, acompañados de registro fotográfico (mínimo 2 fotografías en alta resolución), en medio digital con alcance departamental y regional o nacional, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá garantizar su publicación en espacio de alta visibilidad dentro del portal (página principal o sección destacada), permanencia mínima de 30 días en línea, reporte de métricas de alcance (visitas e impresiones), así como la calidad del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 350.000
13	Publireportajes	Publireportajes institucionales prensa escrita	Publicación de contenidos informativos y pedagógicos sobre temas afines a la misionalidad de la entidad, mediante publireportajes con una extensión mínima de 3.000 caracteres y/o página completa, acompañados de registro fotográfico (mínimo 2 fotografías), en medios de prensa escrita con alcance departamental, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá garantizar su publicación en espacios de alta visibilidad, la calidad del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 2.000.000
14	Medios Digitales	Publicación de campañas institucionales en medios de comunicación digitales	Difusión de campañas institucionales en portales informativos, fan page o medios digitales con audiencia en el departamento del Quindío, mediante publicaciones en formato digital (noticia, post o contenido multimedia), con un mínimo de 5 piezas gráficas con fotografía y contenido institucional y copy de mínimo 200 caracteres por pieza. El proponente deberá garantizar alcance verificable mediante métricas certificadas por publicación o alcance equivalente certificado), permanencia mínima del contenido publicado de 30 días, adecuada segmentación del público objetivo y calidad del mensaje, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 500.000
15	Producción Audiovisual	Producción audiovisual institucional	Producción integral de piezas audiovisuales institucionales en formato video, orientadas a campañas de promoción ambiental, que incluya etapas de preproducción (guion, storyboard y logística), producción (filmación con equipo HD) y postproducción (edición, corrección de color, mezcla de audio y graficación), tales como videos institucionales, cápsulas informativas o microcontenidos digitales, con duración de hasta 2 minutos según la necesidad de la entidad. El proveedor garantizará la entrega del producto final en alta definición (mínimo 1080p), con sonido claro, edición profesional y archivos en los formatos requeridos para su difusión en medios televisivos y digitales. Nota: este ítem corresponde a producción y no incluye pauta o difusión.	Producto	1	\$ 2.500.000
16	Producción Sonora	Producción de cuñas radiales institucionales	Producción integral de piezas sonoras institucionales para su difusión en radio, orientadas a campañas de educación y promoción ambiental, que incluya procesos de preproducción (guion y dirección vocal), grabación en estudio profesional y postproducción (edición, musicalización y masterización), con una duración de entre 15 y 30 segundos según la necesidad de la entidad. El proveedor garantizará la calidad técnica del producto (claridad de audio, adecuada locución, musicalización y edición profesional), la entrega en formatos de audio de alta calidad (WAV o MP3 a 320 kbps), así como la coherencia y comprensión del mensaje en relación con los objetivos de comunicación institucional. Nota: este ítem corresponde a producción y no incluye pauta o emisión al aire.	Producto	1	\$ 800.000
Subtotal						\$ 11.350.000
Costo Administracion					12%	\$ 1.362.000
TOTAL COTIZACION						\$ 12.712.000
LOS DATOS PROPORCIONADOS SERÁN TRATADOS DE ACUERDO A LA POLÍTICA DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES DE LA CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DEL QUINDIO Y A LA LEY 1581 DE 2012						
La formulación de la solicitud, ni la presentación de la cotización genera un compromiso u obligación por parte de la CRQ, ya que la presente se realiza como parte de los análisis del sector conforme a los lineamientos establecidos por Colombia Compra Eficiente - CCE,						
 FIRMA: Representante Legal						

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO - CRO

ESTUDIO DE MERCADO

ÍTEM	MEDIO	PRODUCTO COMUNICACIONAL	DESCRIPCIÓN DETALLADA	UNIDAD	CANT.	VALOR UNITARIO INCLUIDO IMPUESTOS — COTIZACIONES RECIBIDAS			VALOR TOTAL PROMEDIO REDONDEADO INCLUIDO IMPUESTOS
						CNC AGENCIA SAS	DUVAN ANDRÉS MONDRAGÓN	TRASMEDIA S.A.S.	
1	Radio AM	Cuña radial institucional 30 seg.	Diffusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en AM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 8:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por	Emisiones	1	\$ 200.000	\$ 250.000	\$ 266.364	\$ 248.000
2	Radio FM	Cuña radial institucional 30 seg.	Diffusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en FM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 8:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por	Emisiones	1	\$ 180.000	\$ 200.000	\$ 276.364	\$ 228.000
3	Radio AM	Cuña radial institucional 15 seg. (zc)	Diffusión de mensajes institucionales en emisoras AM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar	Emisiones	1	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 284.545	\$ 338.000
4	Radio FM	Cuña radial institucional 15 seg. (zc)	Diffusión de mensajes institucionales en emisoras FM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar	Emisiones	1	\$ 500.000	\$ 550.000	\$ 413.636	\$ 502.000
5	Radio Digital	Cuña radial institucional 30 seg.	Diffusión de mensajes radiales institucionales en emisoras digitales con alcance verificable en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en horarios de mayor tráfico y consumo de contenidos, así como la calidad técnica del producto sonoro y la segmentación efectiva de audiencias. El proponente deberá acreditar métricas verificables de audiencia digital (reproducciones, oyentes únicos o alcance mensual certificado por la plataforma), en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional	Emisiones	1	\$ 80.000	\$ 125.000	\$ 284.545	\$ 173.000
6	Televisión	Spot televisivo institucional local 30	Diffusión de mensajes institucionales realizados por la CRO en canales o programas televisivos de cobertura local, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente en concordancia con los	Emisiones	1	\$ 120.000	\$ 160.000	\$ 292.727	\$ 201.000
7	Televisión	Spot televisivo institucional regional	Diffusión de mensajes institucionales realizados por la CRO en canales o programas televisivos de cobertura regional, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente en	Emisiones	1	\$ 220.000	\$ 200.000	\$ 419.091	\$ 294.000
8	Televisión	Cápsula audiovisual informativa loc	Diffusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRO, en canales o programas televisivos de cobertura local. Se garantizará su emisión en franjas de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio	Emisiones	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 517.273	\$ 290.000

[illegible]



SOLICITUD DE INFORMACIÓN A PROVEEDORES

OBJETO CONTRACTUAL: PRESTAR SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL QUINDÍO EN EL MARCO DE LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES E INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL REGIONAL.

NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL	CEDULA	TELEFONO
DUVAN ANDRES MONDRAGON	18400725	3103082985
NOMBRE DE EMPRESA	NT	DIRECCIÓN EMPRESA
DUVAN ANDRES MONDRAGON	18400725-3	en 22 n 36-36
visualagencia@hotmail.com	TAMAÑO DE LA EMPRESA	
	Grande () Mediana () Pequeña () PYME (x)	

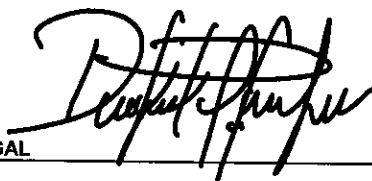
La presente solicitud de información de proveedores y cotización se requiere, bajo los parametros de la ficha tecnica anexa a este documento, para lo cual solicitamos la cotización así:

Item	Medio	Producto Comunicacional	Descripción detallada	Unidad	Cantidad	Valor Unitario incluido impuestos
1	Radio AM	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en AM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 9:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por entidad competente, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 250,000
2	Radio FM	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras con cobertura en FM y audiencia certificada en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (mañana: 6:00 a.m. – 9:00 a.m.; mediodía: 12:00 m. – 1:00 p.m. y/o noche: 6:00 p.m. – 8:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar audiencia certificada mediante estudio de sintonía o rating vigente emitido por entidad competente, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 200,000
3	Radio AM	Emisión de cuñas radiales institucionales 15 segundos	Difusión de mensajes institucionales en emisoras AM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar cobertura rural y audiencia certificada, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 360,000
4	Radio FM	Emisión de cuñas radiales institucionales 15 segundos	Difusión de mensajes institucionales en emisoras FM con cobertura regional y alcance en zonas rurales del departamento del Quindío, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia para la comunidad rural (mañana: 5:00 a.m. – 8:00 a.m. y/o tarde: 12:00 m. – 2:00 p.m.), así como la calidad técnica del producto sonoro, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio de comunicación seleccionado. El proponente deberá acreditar cobertura rural y audiencia certificada, en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 330,000
5	Radio Digital	Emisión de cuñas radiales institucionales 30 segundos	Difusión de mensajes radiales institucionales en emisoras digitales con alcance verificable en el departamento del Quindío, garantizando su emisión en horarios de mayor tráfico y consumo de contenidos, así como la calidad técnica del producto sonoro y la segmentación efectiva de audiencias. El proponente deberá acreditar métricas verificables de audiencia digital (reproducciones, oyentes únicos o alcance mensual certificado por la plataforma), en cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 125,000
6	Televisión	Emisión de spot televisivo institucional en medio local 30 segundos	Difusión de mensajes institucionales realizados por la CRQ en canales o programas televisivos de cobertura local, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 100,000

7	Televisión	Emisión de spot televisivo institucional en medio regional 30 segundos	Difusión de mensajes institucionales realizados por la CRQ en canales o programas televisivos de cobertura regional, garantizando su emisión en franjas horarias de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada del canal), así como la idoneidad del medio, la calidad técnica del contenido audiovisual y la pertinencia del canal seleccionado en relación con los públicos objetivo. El proponente deberá acreditar rating o niveles de audiencia del canal mediante certificación vigente, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 200,000
8	Televisión	Emisión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales (hasta 2 minutos en medio local)	Difusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRQ, en canales o programas televisivos de cobertura local. Se garantizará su emisión en franjas de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado. Nota: la producción del contenido audiovisual es responsabilidad de la CRQ; el proveedor garantiza exclusivamente la difusión, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 150,000
9	Televisión	Emisión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales (hasta 2 minutos en medio regional)	Difusión de cápsulas audiovisuales informativas institucionales realizadas por la entidad, en formato video con duración de hasta dos (2) minutos, orientadas a la divulgación de la gestión, programas, proyectos y campañas de educación ambiental de la CRQ, en canales o programas televisivos de cobertura regional. Se garantizará su emisión en franjas de alta audiencia (prime time: 7:00 p.m. – 10:00 p.m., o franja de mayor sintonía certificada), así como la calidad técnica del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado. Nota: la producción del contenido audiovisual es responsabilidad de la CRQ; el proveedor garantiza exclusivamente la difusión, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Emisiones	1	\$ 650,000
10	Prensa Escrita	Publicación de pauta institucional — media página	Publicación de contenidos institucionales en medios de prensa escrita en formato de media página (mínimo 25 cm x 19 cm o equivalente), garantizando adecuada resolución (mínimo 300 dpi), legibilidad, calidad de impresión y ubicación en espacios de alta visibilidad (preferiblemente páginas impares o secciones de alta circulación), de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá acreditar circulación certificada en el departamento del Quindío, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 1,050,000
11	Prensa Escrita	Publicación de pauta institucional a una (1) página completa	Publicación de contenidos institucionales en medios de prensa escrita en formato de página completa, garantizando adecuada resolución (mínimo 300 dpi), legibilidad, calidad de impresión y ubicación en espacios de alta visibilidad, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá acreditar circulación certificada en el departamento del Quindío, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 1,800,000

12	Publireportajes	Publireportajes Institucionales medio digital	Publicación de contenidos informativos y pedagógicos sobre temas afines a la misionalidad de la entidad, mediante publireportajes con una extensión mínima de 1.500 caracteres, acompañados de registro fotográfico (mínimo 2 fotografías en alta resolución), en medio digital con alcance departamental y regional o nacional, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá garantizar su publicación en espacio de alta visibilidad dentro del portal (página principal o sección destacada), permanencia mínima de 30 días en línea, reporte de métricas de alcance (visitas e impresiones), así como la calidad del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 500,000
13	Publireportajes	Publireportajes Institucionales prensa escrita	Publicación de contenidos informativos y pedagógicos sobre temas afines a la misionalidad de la entidad, mediante publireportajes con una extensión mínima de 3.000 caracteres y/o página completa, acompañados de registro fotográfico (mínimo 2 fotografías), en medios de prensa escrita con alcance departamental, de acuerdo con las necesidades de la entidad. El proponente deberá garantizar su ubicación en espacios de alta visibilidad, la calidad del contenido, la claridad del mensaje y la idoneidad del medio seleccionado, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 2,200,000
14	Medios Digitales	Publicación de campañas institucionales en medios de comunicación digitales	Difusión de campañas institucionales en portales informativos, fan page o medios digitales con audiencia en el departamento del Quindío, mediante publicaciones en formato digital (noticia, post o contenido multimedia), con un mínimo de 5 piezas gráficas con fotografía y contenido institucional y copy de mínimo 200 caracteres por pieza. El proponente deberá garantizar alcance verificable mediante métricas certificadas por publicación o alcance equivalente certificado), permanencia mínima del contenido publicado de 30 días, adecuada segmentación del público objetivo y calidad del mensaje, en coherencia con los objetivos de comunicación institucional.	Publicaciones	1	\$ 500,000
15	Producción Audiovisual	Producción audiovisual Institucional	Producción integral de piezas audiovisuales institucionales en formato video, orientadas a campañas de promoción ambiental, que incluya etapas de preproducción (guion, storyboard y logística), producción (filmación con equipo HD) y postproducción (edición, corrección de color, mezcla de audio y graficación), tales como videos institucionales, cápsulas informativas o microcontenidos digitales, con duración de hasta 2 minutos según la necesidad de la entidad. El proveedor garantizará la entrega del producto final en alta definición (mínimo 1080p), con sonido claro, edición profesional y archivos en los formatos requeridos para su difusión en medios televisivos y digitales. Nota: este ítem corresponde a producción y no incluye pauta o difusión.	Producto	1	\$ 3,000,000
16	Producción Sonora	Producción de cuñas radiales institucionales	Producción integral de piezas sonoras institucionales para su difusión en radio, orientadas a campañas de educación y promoción ambiental, que incluya procesos de preproducción (guion y dirección vocal), grabación en estudio profesional y postproducción (edición, musicalización y masterización), con una duración de entre 15 y 30 segundos según la necesidad de la entidad. El proveedor garantizará la calidad técnica del producto (claridad de audio, adecuada locución, musicalización y edición profesional), la entrega en formatos de audio de alta calidad (WAV o MP3 a 320 kbps), así como la coherencia y comprensión del mensaje en relación con los objetivos de comunicación institucional. Nota: este ítem corresponde a producción y no incluye pauta o emisión al aire.	Producto	1	\$ 600,000
SUBTOTAL						\$ 12,405,000
PORCENTAJE ADMINISTRACION					11%	\$ 1,373,380
TOTAL COTIZACION						\$ 13,858,350
VALOR : Trece millones ochocientos cincuenta y ocho mil trescientos cincuenta pesos m/cda						
Instrucciones de diligenciamiento: • Por favor diligenciar sólo y todas las celdas resaltadas en color VERDE • Revisar todos los requerimientos que se exponen en el Documento Técnico y formular su cotización en concordancia con este						
Notas para la presente cotización: 1. Al señalar los Porcentajes de Descuento, deberá tener en cuenta todos los costos directos e indirectos para la correcta y completa ejecución contractual así mismo como los descuentos tributarios que la Corporación realiza. 2. Esta cotización es parte del estudio de mercado de la CRQ, previo a la contratación, y no implica ninguna obligación de contratar. 3. Esta cotización tiene una vigencia de 120 días a partir de la fecha de diligenciamiento.						
LOS DATOS PROPORCIONADOS SERÁN TRATADOS DE ACUERDO A LA POLÍTICA DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES DE LA CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DEL QUINDIO Y A LA LEY 1581 DE 2012						
Cualquier información comunicarse por medio de los mensajes públicos en la plataforma SECOP II						
La formulación de la solicitud, ni la presentación de la cotización genera un compromiso u obligación por parte de la CRQ, ya que la presente se realiza como parte de los análisis del sector conforme a los lineamientos establecidos por Colombia Compra Eficiente - CCE.						

FIRMA: REPRESENTANTE LEGAL

A stylized, handwritten signature in black ink, featuring a large initial 'D' and several overlapping loops and strokes.