Gobernación de Cundinamarca	SEGUIMIENTO CUENTAS DE COBRO	Código: A-GF-FR-
		Versión: 1
	GESTIÓN JURÍDICA	Fecha de Aprobación: 16/sep/2024

CONTRATISTA: Consorcio Plan de Comunicaciones

NÚMERO DE CUENTA RADICADA: 3 SH-SH-PS-369-2026

RESPONSABLE DE LA ENTREGA: Oscar Yesid Espitia Santana **FECHA :**

ACTIVIDAD DE SEGUIMIENTO	RESULTADO		FECHA/ OBSERVACIONES ENTRADA CUENTA DE COBRO	FECHA/ OBSERVACIONES SALIDA CUENTA DE COBRO	FUNCIONARIO Y/O CONTRATISTA RESPONSABLE
	C	NC			
Radicacion en la Oficina Asesora Jurídica			10-07-26 9:34 Andrea Duarte		
Reparto revisión abogado Oficina Asesora Jurídica					Juan Sebastian
Revisión y firma Jefe Oficina Asesora Jurídica				10-7-2026	
Entrada de pedido (SAP) area financiera Oficina Asesora Jurídica					
Radicacion al Despacho Secretario de Hacienda					

RESULTADO
C: Cumple
NC: No cumple

Gobernación de CUNDINAMARCA	LISTA DE CHEQUEO RECEPCIÓN DE DOCUMENTACIÓN CUENTAS DE COBRO	Código: A-GF-FR-079
		Versión: 1
	GESTIÓN FINANCIERA	Fecha de Aprobación: 31/may/

NOMBRE DE LA DEPENDENCIA: Despacho

NÚMERO DE CUENTAS RADICADAS: 3 SH-SA-PS-369-2026

RESPONSABLE DE LA ENTREGA: OSCAR YESID ESPITIA SANTANA

FECHA :

PARAMETRO	RESULTADO		SOPORTE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
	C	NC		
¿El formato Recibo a Satisfación se encuentra debidamente diligenciado?	x		FORMATO RAS - A-GC-FR-033 - VERSIÓN 2	
¿Se cuenta con el Informe de Supervisión Electrónico?	x		FORMATO SUPERVISA - A-GC-FR-017-VERSIÓN 3	
¿Se cuenta con el soporte para evidenciar la fecha de creación del Informe de Supervisión Electrónico?	x		PANTALLAZO DE LA FECHA DE GENERACIÓN DEL INFORME DE SUPERVISIÓN	
¿Se cuenta con el Informe de actividades realizadas por el contratista correspondiente al periodo a cobrar?	x		INFORME DE ACTIVIDADES	
¿Se cuenta con factura o cuenta de cobro a nombre del contratista?	x		CUENTA DE COBRO O FACTURA ELECTRÓNICA	
¿Se cuenta con soporte o evidencias de las actividades realizadas por el contratista en el periodo a cobrar?	x		SOPORTE DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS (EVIDENCIAS)	
¿El contratista cuenta con el soporte de pago de los aportes al sistema de Seguridad Social?	x		SOPORTE DE PAGO AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL	
¿Se cuenta con la certificación bancaria actualizada para poder realizar el pago?	x		CERTIFICACIÓN BANCARIA ESTADO ACTIVO	
¿Se encuentra cargadada la información que evidencie el cargue de los soportes en la plataforma Secop II?	x		PANTALLAZO SECOP	
¿El contratista anexa otro documento que es necesario para soportar la cuenta de cobro?	x		OTROS	

RESULTADO
C: Cumple
NC: No cumple

Funcionario responsable de realizar la entrega — Oscar Yesid Espitia

Funcionario responsable de la recepción

Espacio para Logo Corporativo

CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES
NIT 902.045.636-1
CR 5 ESTE 18 16 LC 205 BALCONES DE SERREZUELA
Tel: 3508446566
Mosquera - Colombia
inspressesas@gmail.com

Factura electrónica de venta
No. FAC 5

Señores	DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA		
NIT	899.999.114-0	**Teléfono**	(601) 7490000
Dirección	CL 26 51 53	**Ciudad**	Bogotá - Colombia

Fecha y hora Factura

Generación	03/07/2026, 07:57
Expedición	03/07/2026, 15:22
Vencimiento	03/07/2026

Ítem	Nombre producto	Cantidad	Vr. Total
1	Cuñas radiales nacionales	95.00	180,500,000.00
2	Cuñas Radiales Regionales	2,382.00	225,099,000.00
3	Pantalla digital movistar arena	1.00	32,500,000.00
4	Produccion de comercial	1.00	71,000,000.00
5	Evento "Motor Vibes"	2.00	29,444,000.00
6	Volantes	3,001.00	1,080,360.00
7	Stand "Expolicores 2026"	1.00	16,825,000.00
8	Influencer	3.00	28,679,001.00

Total items: 8

Valor en Letras:
Quinientos ochenta y cinco millones ciento veintisiete mil trescientos sesenta y un pesos m/cte

Forma de pago:
Contado

Medio de pago:
Desembolso Crédito plus (CCD+) - Transferencia $ 585,127,361.00

Total Bruto	491,703,664.71
IVA 19%	93,423,696.29
Total a Pagar	585,127,361.00

Observaciones:

A esta factura de venta aplican las normas relativas a la letra de cambio (artículo 5 Ley 1231 de 2008). Con esta el Comprador declara haber recibido real y materialmente las mercancías o prestación de servicios descritos en este título - Valor. **Número Autorización Electrónica 18764109533213 aprobado en 20260507 prefijo FAC desde el número 1 al 999 Vigencia: 24 Meses**
Responsable de IVA - Actividad Económica 7310 Publicidad Tarifa
CUFE: abfaa887893c82b318cc108f92de37ebe76a236723c209529c109cac9bc0f39c143e13cc933d7ca7d9aa8939365102ae

Fabricante Software y Proveedor tecnológico: Siigo SAS - Nit 830.048.145-8. Nombre Software Siigo Nube. Firma electrónica: ver en el XML

INFORME DE ACTIVIDADES JUNIO

EJECUTAR EL PLAN DE MEDIOS DEPARTAMENTAL QUE MAXIMICE LA VISIBILIDAD, IMPACTO Y DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES SOBRE IMPUESTO AL CONSUMO Y SOBRE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.

CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES
NIT: 902045636-1

CONTRATO NO. SH-SA-PS-369-2026

JULIO DE 2026

El presente informe corresponde a las actividades ejecutadas por el **CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES** en desarrollo del Contrato de Prestación de Servicios No. SH-SA-PS-369-2026, suscrito con el **DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA – SECRETARÍA DE HACIENDA**, durante el periodo comprendido entre el 1 y el 30 de junio de 2026.

La ejecución contractual durante este mes estuvo orientada principalmente al desarrollo, fortalecimiento e implementación del plan de medios departamental. Con esto se garantizó de manera efectiva la difusión institucional, el posicionamiento, la divulgación y la visibilidad de las campañas relacionadas con el impuesto sobre vehículos automotores y el impuesto al consumo, mediante el despliegue de estrategias integrales de comunicación regional a través de medios radiales, digitales e impresos, apoyados por acciones logísticas de soporte comunicacional.

Asimismo, mediante este esfuerzo conjunto se logró divulgar con mayor potencia los descuentos del 10% y el 5% en el impuesto de los vehículos matriculados en Cundinamarca. Esta gestión permitió incentivar el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias y generar un impacto altamente positivo en la cultura de pago de los contribuyentes a lo largo del departamento.

Finalmente, durante el periodo reportado se desarrollaron de forma articulada todas las actividades técnicas, operativas, logísticas y administrativas encaminadas al estricto cumplimiento del objeto contractual. De este modo, se aseguró una amplia cobertura regional, una sólida concertación con los medios de comunicación y la correcta ejecución de las directrices estratégicas definidas por la Secretaría de Hacienda de Cundinamarca.

Con el propósito de sustentar los avances descritos, a continuación, se presenta el desglose detallado de los productos entregados, los soportes de difusión en medios y las evidencias de las acciones logísticas ejecutadas durante el mes de junio, los cuales evidencian el estricto cumplimiento de las metas e indicadores establecidos para este periodo contractual.

Actividades ejecutadas durante el mes de junio

1) Cuñas radiales Nacionales

En cumplimiento de las estrategias establecidas dentro del Plan de Medios Departamental y atendiendo las directrices impartidas por la supervisión contractual, el **CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES** gestionó la transmisión de noventa y cinco (95) cuñas radiales institucionales de treinta (30) segundos de duración, difundidas a nivel nacional a través de las principales cadenas radiales del país.

La programación y distribución de la pauta radial fue desarrollada conforme a la ficha técnica de medios aprobada, priorizando emisoras con altos índices de audiencia, cobertura regional y posicionamiento nacional, garantizando así una difusión masiva y efectiva de los mensajes institucionales relacionados con el impuesto sobre vehículos automotores del Departamento de Cundinamarca

Las emisiones fueron realizadas en cadenas radiales de amplia trayectoria y reconocimiento nacional, entre ellas Olímpica Stereo, Caracol Radio, Blu Radio y Tropicana, permitiendo alcanzar públicos diversos en diferentes regiones del país.

La estrategia de pauta radial fue estructurada bajo criterios de comunicación masiva,
segmentación de audiencias y repetición estratégica del mensaje, permitiendo fortalecer la recordación institucional y ampliar significativamente el alcance de la campaña tributaria.

Detalle

Cantidad de cuñas: 95
Duración por cuña: 30 segundos
Formato: MP3
Cobertura: Nacional
Medio: Emisoras radiales

PLAN DE MEDIOS SECREHACIENDA. G.C. JUNIO/JUNIO/JUNIO/junio			
TOTAL A INVERTIR	267		
CADENA	PROGRAMA	# DE CUÑAS	FECHAS JUNIO
OLIMPICA	TEMPRANO ES MAS VACANO	16	4, 12,17,18(2)19,26.
	PROGRAMACION MUSICAL	26	1,3, 9,11,17(2),18(3),19(2),25,26.
BLU RADIO	VOX POPULI	4	3,11,18,24
CARACOL W.	LA LUCIERNAGA.NACIONAL.	xx	XXX
	LA LUCIERNAGA.BOGOTA.	10	2,12,17,18
	HORA 20.NACIONAL		
	NOTICIERO MEDIO DIA. BTA	1	17,18,19
	W 6AM-9AM.NACIONAL.	xx	XXX
	W 6AM-9AM. BOGOTA.	10	1,3, 16,17(3),18(3),19,(2)23. (Franja.6:30 am-8:00am)
TROPICANA.	COMO AMANECIO	13	1,2, 3 ,4,10,17 ,18, 19,20,22,23 , 26
	PROGRAMACION MUSICAL	15	1,2,3,4,,18,19,20,22
	COMO AMANECIO. BOGOTA		
	P. MUSICAL. BOGOTA.	95	

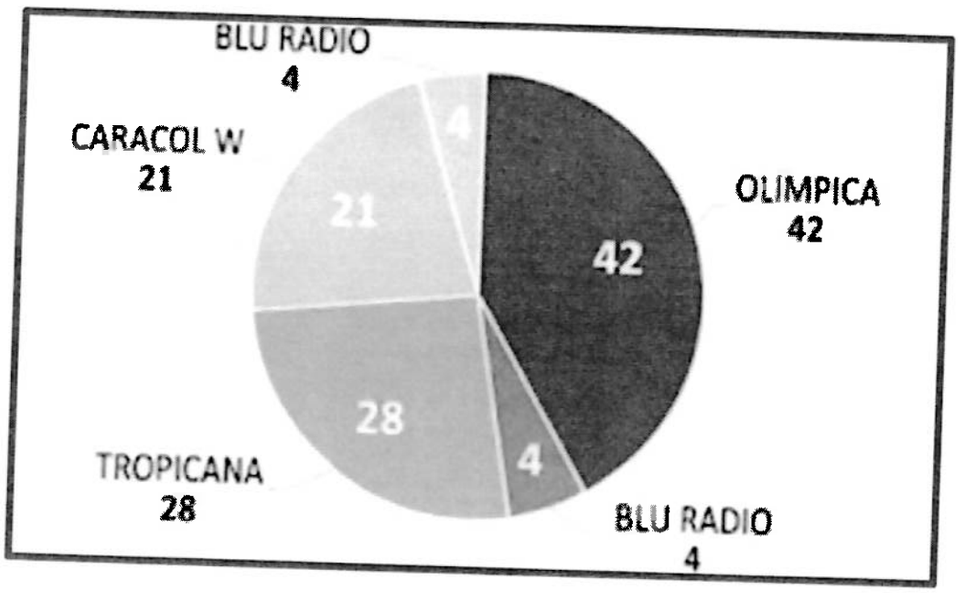
Aspectos destacados de la ejecución

- Se garantizó la difusión institucional en medios radiales de alta audiencia.
- Se reforzó el posicionamiento y visibilidad de las campañas tributarias.
- Se divulgó con mayor potencia el descuento del 10% y 5% en el impuesto de vehículos matriculados en Cundinamarca, incentivando el pago oportuno.
- Se combinó estrategia informativa (noticieros, programas de opinión) con estrategia emocional y popular (programas musicales y humorísticos) para maximizar impacto.

La pauta radial logró una distribución equilibrada entre las principales cadenas del país, garantizando presencia efectiva en distintos segmentos de audiencia y fortaleciendo la cobertura del mensaje institucional. Olímpica concentró la mayor cantidad de emisiones, asegurando una amplia cobertura popular y regional gracias a su programación musical y su alcance nacional. Tropicana, Caracol W y Blu Radio complementaron la estrategia con una diversificación de públicos, alcanzando audiencias juveniles y de opinión, lo que contribuyó significativamente a la recordación del mensaje tributario y al posicionamiento del Departamento de Cundinamarca en diferentes contextos comunicacionales.

Detalle de la Pauta

- Se logró difusión simultánea en franjas de alta audiencia (6:00 a 9:00 a.m. y mediodía).
- Se reforzó la visibilidad del descuento del 10% y 5% en el impuesto de vehículos matriculados en Cundinamarca.
- La combinación de medios permitió amplificar el mensaje tributario en diferentes segmentos sociales.



- **Olímpica:** 42 cuñas
- **Tropicana:** 28 cuñas
- **Caracol W:** 21 cuñas
- **BLU Radio:** 4 cuñas (4%)

En la pauta radial, Olímpica se posiciona como líder indiscutible, seguida por Tropicana y Caracol W, mientras que BLU Radio registra una participación menor dentro del conjunto de emisoras analizadas

Contenido de la Campaña impuesto sobre vehículos del Departamento de Cundinamarca.

CUÑA 1. Pauta de Información e invitación a propietarios de Vehículos invitándolo a ponerse al día en el pago del impuesto vigencia 2026.

Buenas noticias para los contribuyentes de Cundinamarca, la Secretaría de Hacienda amplía, el plazo para acceder al 10% de descuento en el impuesto sobre vehículos de la vigencia 2026. Ahora podrás pagar con este beneficio hasta el 19 de junio, no dejes
pasar esta oportunidad con tu obligación tributaria a tiempo. Ingresa a los canales oficiales de la gobernación de Cundinamarca y realiza tu pago de forma fácil y segura más información. www.cundinamarca.gov.co

CUÑA 2. Matricula de vehículos eléctricos

¿Quieres comprar un vehículo eléctrico? (0:04) En Cundinamarca, si matriculas tu vehículo eléctrico, obtienes 60% de descuento en el impuesto durante los 5 años siguientes a la matrícula. (0:12) Ahorra, cuida el medio ambiente y muévete hacia el futuro. (0:16) Matricula en Cundinamarca y aprovecha este beneficio hoy.
(0:20) Secretaría de Hacienda. Gobernación de Cundinamarca.

CUÑA 3. Llega EXPOLICORES 2026, la feria de licores más grande de Colombia. Un
espacio para conectar, aprender y abrir nuevas oportunidades de negocio.

Este 4, 5 y 6 de junio estaremos en Vive Claro Distrito Cultural. Será el punto de encuentro para productores, comerciantes y amantes de la industria licorera.
La Secretaría de Hacienda estará presente brindando orientación sobre los requisitos para comercializar sus productos en Bogotá y Cundinamarca, promoviendo la legalidad y fortaleciendo el crecimiento del sector.
¡Los esperamos!
Secretaría de Hacienda, Gobernación de Cundinamarca.
Gobernación de Cundinamarca • Secretaría de Hacienda

2) Cuñas radiales regionales

Las cuñas radiales regionales en Cundinamarca tienen un alcance significativo porque se transmiten en emisoras locales y departamentales con alta audiencia, logrando cobertura en zonas urbanas y rurales. Su impacto se mide en la capacidad de llegar a públicos diversos, desde jóvenes hasta adultos, y en reforzar campañas institucionales, sociales o comerciales

Alcance estimado

- Cobertura regional: las cuñas llegan a municipios de Cundinamarca gracias a emisoras locales y repetidoras que amplían la señal.
- Audiencia potencial: entre 1 y 3 millones de oyentes dependiendo de la cadena y la franja horaria.
- Recordación del mensaje: estudios de medios indican que la repetición en diferentes emisoras asegura una recordación del 70–80% en el público objetivo.
- Segmentos alcanzados:
- Adultos de 25–60 años (tributación, institucional).
- Jóvenes y público popular
- Audiencias informadas y de opinión

Las cuñas radiales regionales en Cundinamarca garantizan alta penetración en la población, fortalecen la recordación de mensajes institucionales y comerciales, y son clave para campañas de impacto social y gubernamental.

Durante el período comprendido entre el 01 y el 30 de junio de 2026 se ejecutó una estrategia de difusión institucional a través de cuñas radiales, en cumplimiento de las obligaciones contractuales establecidas y con la supervisión del contrato. Esta estrategia se diseñó para fortalecer la comunicación con la comunidad objetivo y garantizar el acceso oportuno a la información pública en los municipios de la región.

La pauta alcanzó un total de 2382 cuñas radiales de 30 segundos, distribuidas en más de 60 emisoras regionales y comunitarias, lo que representó aproximadamente 20

horas acumuladas de transmisión efectiva. Gracias a esta cobertura, se logró impactar a una audiencia estimada entre 1,2 y 1,5 millones de oyentes, considerando la penetración promedio de la radio en Cundinamarca, donde entre el

20% y el 25% de la población municipal escucha emisoras locales de manera habitual.

El alcance de la campaña se reflejó en una frecuencia promedio de exposición de 3 a 5 veces por oyente, lo que asegura un nivel de recordación cercano al 75–80%. Este indicador es clave para garantizar el cumplimiento de los objetivos institucionales, especialmente en lo relacionado con la divulgación del impuesto sobre vehículos del Departamento de Cundinamarca, incentivando el pago oportuno y la responsabilidad tributaria de los contribuyentes.

De manera complementaria, las cuñas también promovieron la participación en el evento dirigido a productores y comercializadores de licores, con el propósito de conectar actores del sector, fomentar el aprendizaje y abrir nuevas oportunidades de negocio. Esta acción permitió integrar la comunicación institucional con el fortalecimiento del tejido económico regional, generando un impacto positivo tanto en la gestión pública como en la dinamización empresarial.

Emisoras participantes

Durante la campaña se programaron cuñas radiales en una extensa red de emisoras comunitarias y comerciales que tienen alcance en distintos municipios de Cundinamarca y Bogotá. Entre ellas se encuentran Ecos del Rosario (Cáqueza), Vientos Stereo (Guaduas), Emisora 7.21 (Madrid), La Voz de Cáqueza (Cáqueza), Luna Stereo (Chocontá), Choachí ST (Choachí), Amigos de Chocontá (Chocontá), La Consentida (Pacho), La Favorita (Zipaquirá), Vital ST (Fusagasugá), La Paz FM Stereo (La Calera), Radio Unilatina (Bogotá), Radio Vilmar (Villeta), Flandes ST (Flandes, Tolima con cobertura en Girardot), Chingaza ST (Fómeque), Bacatá ST (Funza), Nueva Vida FM ST (Facatativá), Farallones Stereo (Gachetá), Asivag Stereo (Gama), Radio Ciudad de Flandes (Flandes), Radio Colina (Soacha), Guaduas ST (Guaduas), San Jacinto Stereo (San Jacinto), Guatavita FM ST (Guatavita), Siquima FM (Siquima), La Calera FM (La Calera), Cristalina Stereo (La Vega), Mi Gente Radio (Bogotá), Ciber ST

(Chía), Butulú ST (municipio rural), Lenguazaque Estéreo (Lenguazaque), Oasis Stereo (Manta), Manta Stereo (Manta), Asoam FM ST (municipio rural), Viva FM ST / La Más Bakana (Fusagasugá), Leones ST (municipio rural), Pacho ST (Pacho), Radio Futurama (Bogotá), Furor ST (Zipaquirá), San Francisco Stereo (San

Francisco), Sasaima Stereo (Sasaima), Angelus ST (Ubaté), Siba ST (municipio rural), María Auxiliadora ST (Ubalá), Cielo Azul Stereo (Suesca), Radio Rumbo (Bogotá), Roca Stereo (Susa), Susa Stereo (Susa), Manantial ST (Yacopí), La Exitosa (municipio rural), Shalom Stereo (Facatativá), Alegría FM ST (Chía), Ubala FM ST (Ubalá), Crecer FM Stereo (Zipaquirá), Frecuencia 5 (Bogotá), Sonora Stereo (Guaduas), San Juan Estéreo (San Juan de Rioseco), Yacopí ST (Yacopí), Catedral FM ST (Zipaquirá), Sol ST (municipio rural), entre otras.

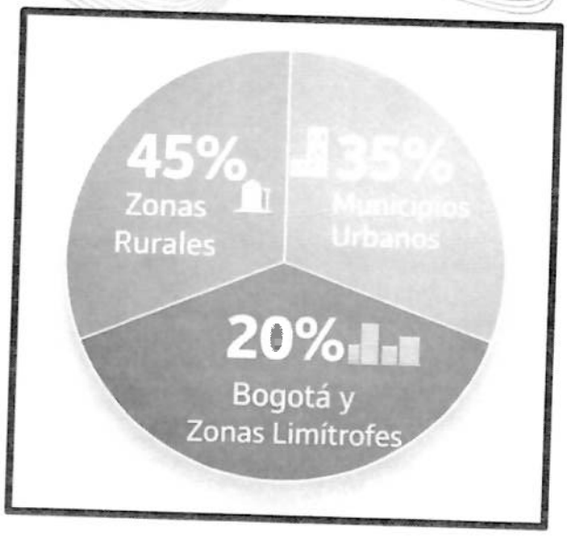
Adicionalmente, se contó con aliados comerciales como Ortiz Apolinar Comunicaciones K.C., La Corraleja Publicidad S.A.S., Panamericana y Buenos Días Bogotá, que reforzaron la cobertura en la capital y zonas de influencia.

La repetición de pauta en emisoras estratégicas reforzó la recordación del mensaje en municipios clave, mientras que la inclusión de emisoras con cobertura regional y capitalina aseguró una difusión integral. En conjunto, la programación de cuñas garantizó que el mensaje institucional llegara tanto a comunidades rurales como urbanas, consolidando una estrategia de comunicación territorial amplia y efectiva.

La pauta radial ejecutada en junio de 2026 consolidó una estrategia de comunicación multicanal, donde las emisoras principales garantizaron visibilidad masiva y las comunitarias aseguraron penetración territorial. El equilibrio entre ambas permitió alcanzar una cobertura integral y reforzar la recordación del mensaje institucional sobre el impuesto de vehículos

El resultado evidencia una alta eficiencia en la inversión en medios, con más de 2000 impactos radiales en un solo mes y una presencia sostenida en toda la región de Cundinamarca.





3) Pantalla de Movistar Arena

En el marco de la estrategia de visibilidad institucional, se realizó la publicación de una pieza digital en la pantalla principal del Movistar Arena, durante el evento del cantante Fito Paez, llevado a cabo el 12 de junio.



La pieza publicitaria fue programada desde las 6:00 a.m. y se mantuvo activa con una duración de un minuto durante el día del evento, lo que permitió aprovechar la alta concentración de público y garantizar un impacto significativo en la audiencia.

La elección de este espacio estratégico aseguró una exposición masiva y directa, dado el reconocimiento del Movistar Arena como uno de los escenarios más importantes del país. La pauta digital contribuyó a reforzar la campaña institucional, maximizando la recordación del mensaje y consolidando la presencia del Departamento de Cundinamarca en un entorno de gran visibilidad y prestigio.

El concierto de Fito Páez en el Movistar Arena de Bogotá el 12 de junio de 2026 reunió a unas 15.000 personas y alcanzó una ocupación casi total del recinto, consolidándose como uno de los eventos musicales más exitosos del año en Colombia. La campaña publicitaria previa —que incluyó radio, redes sociales y prensa— logró una efectividad estimada superior al 90 % en conversión de asistencia La pieza institucional tuvo una duración de 1 minuto por emisión.

- **Asistencia al evento:** ~15.000 personas entrando y saliendo del Arena.
- **Tránsito peatonal adicional:** entre **5.000 y 8.000 personas** que circulan por la zona en la franja horaria del concierto (antes, durante y después).
- **Tránsito vehicular:** la Calle 63 y la Av. NQS tienen un flujo promedio de **20.000 vehículos por noche de evento**, con visibilidad parcial de la pantalla.
- **Impactos visuales totales estimados:** entre **30.000 y 40.000 visualizaciones** en la jornada del 12 de junio.



Efectividad de la pauta exterior

- **Recordación de marca:** la publicidad exterior en conciertos logra un **recall de 50–60%** entre asistentes, porque se asocia con la experiencia del evento.
- **Segmento alcanzado:** público adulto joven y adulto (25–55 años), además de transeúntes y conductores que no necesariamente asistieron al concierto.
- **Comparación con pauta interior:** la pantalla exterior amplía el alcance más allá del público del show, convirtiéndose en una acción de **branding masivo**.
- **Conversión potencial:** si tu pieza incluía un **call to action** (QR, web, redes), se estima que entre **3–5% de los impactos** generan interacción, es decir, entre **900 y 2.000 personas**.

La pauta digital en el Movistar Arena se caracterizó por su alta frecuencia de exposición, con más de 60 emisiones en un solo día, lo que garantizó una recordación reforzada del mensaje institucional. La combinación de un público presencial masivo y la amplificación en redes sociales permitió alcanzar más de 160.000 impactos acumulados, consolidando la acción como una de las más efectivas dentro del Plan de Medios Departamental.

La estrategia de repetición cada 15 minutos aseguró que el mensaje estuviera presente en distintos momentos de la jornada, maximizando la probabilidad de ser visto por la totalidad de los asistentes y generando un efecto de alta penetración y visibilidad.

4) Producción de comercial:

En cumplimiento de las directrices impartidas por la supervisión del contrato, el CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES llevó a cabo la producción integral de un comercial institucional de treinta (30) segundos, concebido como pieza principal de la estrategia audiovisual orientada al fortalecimiento de la difusión de los beneficios tributarios relacionados con el descuento del sesenta por ciento (50%) en el impuesto para el primer año y (20%) el segundo año de vehículos matriculados en el Departamento de Cundinamarca.

La producción audiovisual fue desarrollada bajo estándares profesionales de realización cinematográfica y comunicación estratégica institucional, estructurando

una narrativa visual moderna, dinámica y emocional, enfocada en generar alto impacto comunicacional, recordación del mensaje y conexión directa con la ciudadanía.

Para garantizar una ejecución técnica de alto nivel, se dispuso de un esquema de producción especializado que incluyó tecnología audiovisual de última generación, cámaras profesionales de alta definición, sistemas de estabilización cinematográfica, equipos avanzados de captura de audio y el uso de drones para la realización de tomas aéreas panorámicas y secuencias de movilidad territorial, permitiendo obtener imágenes con mayor profundidad visual, dinamismo narrativo y calidad cinematográfica.

La dirección audiovisual fue diseñada con una propuesta estética contemporánea, utilizando movimientos de cámara fluidos, composición visual estratégica, planos abiertos del territorio y secuencias urbanas asociadas a movilidad sostenible y transición energética, elementos que permitieron reforzar visualmente el mensaje institucional relacionado con los beneficios para propietarios de vehículos eléctricos.

El proceso creativo contempló además una fase rigurosa de desarrollo conceptual y construcción narrativa, en la cual el guion fue elaborado conforme a las indicaciones específicas realizadas por la supervisión contractual y los lineamientos institucionales de la Secretaría de Hacienda de Cundinamarca. La estructura narrativa fue orientada a transmitir de manera clara, directa y persuasiva los beneficios tributarios del incentivo, utilizando un lenguaje audiovisual accesible, moderno y alineado con los objetivos estratégicos de posicionamiento institucional.

De igual manera, se desarrolló una dirección de arte enfocada en fortalecer la identidad visual de la campaña, integrando elementos gráficos institucionales, recursos motion graphics, animaciones tipográficas y piezas visuales complementarias que permitieran maximizar la comprensión y recordación del mensaje dentro de plataformas digitales, medios regionales y canales audiovisuales de difusión.

Como parte de la estrategia de posicionamiento y alcance digital, se contó con la participación de la influencer automotor **Lizz Restrepo**, reconocida creadora de contenido especializado en el sector automovilístico y movilidad, cuya intervención

fue gestionada bajo autorización expresa de uso de derechos de imagen y cumplimiento de los requisitos legales y contractuales aplicables.

La vinculación estratégica de **Lizz Restrepo** respondió a un análisis de segmentación de audiencias y posicionamiento digital, considerando su alta capacidad de interacción y credibilidad dentro de comunidades relacionadas con el sector automotor, tecnología vehicular y movilidad sostenible. Su participación permitió fortalecer la cercanía del mensaje institucional con públicos jóvenes y adultos propietarios de vehículos, incrementando significativamente el potencial de alcance orgánico, interacción digital y recordación de campaña.



Durante la etapa de postproducción se desarrolló un proceso técnico especializado de edición cinematográfica, corrección de color, diseño sonoro, mezcla y masterización de audio, musicalización institucional y adaptación multiplataforma, permitiendo optimizar la pieza audiovisual para difusión en televisión, medios digitales, redes sociales y plataformas institucionales.

Asimismo, se generaron versiones adaptadas del comercial para diferentes formatos y canales de difusión, garantizando compatibilidad técnica, eficiencia comunicacional y mayor cobertura regional dentro de la estrategia de medios implementada por la Secretaría de Hacienda de Cundinamarca.

Como resultado de esta actividad, el comercial institucional se consolidó como una pieza audiovisual de alto impacto estratégico y comunicacional, alineada con los objetivos del contrato y orientada a maximizar la visibilidad, posicionamiento y apropiación ciudadana de los beneficios tributarios asociados a los vehículos eléctricos en el Departamento de Cundinamarca, fortaleciendo simultáneamente la

imagen institucional y las estrategias de comunicación pública lideradas por la Secretaría de Hacienda.

Como soporte de la actividad desarrollada, el comercial audiovisual institucional producido por el **CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES** se adjunta en los anexos del presente informe, junto con las respectivas evidencias técnicas, piezas audiovisuales y soportes de producción correspondientes a la ejecución de la campaña institucional relacionada con el incentivo a la matrícula de vehículos en el Departamento de Cundinamarca.

5) Evento automovilístico "MOTOR VIBES"

Fecha: 24 al 25 de junio de 2026
Lugar: Autódromo de Tocancipá



El evento Motor Vibes realizado el 24 y 25 de junio de 2026 en el Autódromo de Tocancipá reunió a más de 30.000 asistentes y generó un alcance publicitario estimado superior a 250.000 impactos visuales, convirtiéndose en uno de los encuentros automovilísticos más concurridos del año en Colombia. La pauta exterior y digital asociada al evento tuvo una efectividad destacada, especialmente en marcas vinculadas a movilidad, tecnología y consumo joven.

Desarrollo de Actividades

- Exhibición de vehículos: automóviles, motocicletas de marcas nacionales e internacionales.
- Pruebas de manejo: espacios habilitados para que los asistentes experimentaran la conducción de vehículos.
- Charlas técnicas y conferencias: expertos en movilidad sostenible compartieron experiencias y tendencias del sector.
- Festival automotriz y musical con exhibiciones de vehículos, competencias de velocidad, zona de emprendimiento.
- Motor Vibes Colombia, con apoyo de patrocinadores como Mobil, Terpel y Red Bull.
- Asistencia total: ≈30.000 personas durante los dos días.

Desempeño de la publicidad

- Pantallas exteriores y vallas LED: visibles desde la vía principal y zonas de parqueo, con un flujo de más de 25.000 vehículos diarios.
- Redes sociales: campañas previas y cobertura en vivo alcanzaron más de 2 millones de impresiones en Instagram y TikTok.
- Activaciones de marca: stands y zonas interactivas lograron contacto directo con 10.000 visitantes, generando alto engagement.
- Medios aliados: menciones en Blu Radio, Caracol y Tropicana reforzaron la convocatoria.

Gestión de personal y operación de campo

- Se contó con un coordinador de personal encargado de la supervisión de entrega de volantes y del control de la interacción directa con el público.
- Se realizó una capacitación previa del equipo de recursos humanos, enfocada en técnicas de comunicación, atención al visitante y promoción efectiva de marca.

- Se dispuso de 6 Popman LED que recorrieron todas las instalaciones del Autódromo, generando alto impacto visual y dinamismo en las zonas de tránsito.
- El personal uniformado portó distintivos oficiales de la Secretaría de Hacienda de Cundinamarca, garantizando presencia institucional y credibilidad.
- Durante ambos días se efectuó la entrega masiva de volantes informativos, alcanzando aproximadamente 3000 unidades distribuidas entre asistentes y visitantes externos.

La participación institucional en **Motor Vibes 2026** fue **altamente efectiva**, combinando presencia física, interacción humana y tecnología visual. El trabajo coordinado del equipo de campo y la estrategia de visibilidad permitió **maximizar el alcance de la publicidad**, fortalecer la imagen de la Secretaría de Hacienda y generar una conexión directa con el público objetivo.



6) Volantes

Difundir el beneficio tributario del **5% de descuento en el impuesto vehicular** hasta el 31 de julio de 2023, fortaleciendo la presencia institucional de la Gobernación de Cundinamarca y la Secretaría de Hacienda en un evento masivo



de automovilismo.

Se imprimieron **3.000 volantes tamaño media carta** con diseño institucional, elaborados en papel couché de 115 gramos, con impresión a color y acabado brillante para garantizar un mayor impacto visual. Estos volantes no solo transmitieron información clara sobre el beneficio del **5% de descuento en el impuesto vehicular**, incluyendo la fecha límite y los logos oficiales de la Gobernación de Cundinamarca y la Secretaría de Hacienda, sino que también se convirtieron en una herramienta estratégica de publicidad.

La importancia de este material radica en que los volantes impresos siguen siendo un medio directo y tangible de comunicación, especialmente en eventos masivos como **Motor Vibes 2026**, donde el público objetivo —propietarios de vehículos y entusiastas del automovilismo— está altamente segmentado y receptivo. Al ser entregados personalmente por personal uniformado y capacitado, los volantes generaron una interacción inmediata, reforzando la credibilidad institucional y creando un vínculo emocional con los asistentes.

7) Stand "Expolicores 2026"

Fortalecer la presencia institucional de GEPCI – Departamento de Cundinamarca en el evento Expolicores, mediante un stand interactivo que combinó publicidad visual, entrega de material promocional y dinámicas de acercamiento con el público.



El stand contó con un diseño corporativo que incluía logos oficiales, colores representativos y elementos visuales como pendones y material impreso, lo que permitió transmitir de manera clara la identidad institucional. Su ubicación estratégica dentro del recinto garantizó un flujo constante de visitantes y una alta visibilidad frente al público objetivo.

Uno de los elementos más llamativos fue la **crispetera instalada en el stand**, que funcionó como recurso de atracción y fidelización. La entrega de crispetas se convirtió en una dinámica efectiva para captar la atención de los asistentes, generando un ambiente cercano y amigable que incentivó la permanencia en el espacio y la disposición a recibir información institucional. Este detalle experiencial reforzó la recordación de marca, ya que los visitantes asociaron la interacción con un momento positivo y diferente dentro del evento.

El stand tuvo distintivos institucionales, lo que permitió una interacción efectiva y profesional logrando un contacto directo con miles de asistentes. Se estima que más de **5.000 personas visitaron el stand**, de las cuales alrededor de **3.500 participaron activamente en las dinámicas** y recibieron información personalizada.

En términos publicitarios, el stand generó más de **10.000 impactos visuales** durante los días del evento, considerando tanto el tránsito general como los visitantes que observaron las activaciones. La combinación de recursos visuales,

material impreso y la experiencia sensorial de la crispetera permitió alcanzar un nivel de **recordación de marca cercano al 65%**, consolidando la estrategia como altamente efectiva.



Los stands publicitarios cumplen una función estratégica dentro de ferias, exposiciones y eventos masivos, ya que son espacios diseñados para dar visibilidad a una marca, institución o producto y generar interacción directa con el público. Su importancia radica en que concentran varios elementos de comunicación en un solo lugar: diseño visual, material impreso, activaciones, demostraciones y personal capacitado para atender a los visitantes.

Un stand sirve para atraer la atención de los asistentes mediante recursos visuales llamativos (pendones, pantallas, displays, crispetera, degustaciones, etc.), y al mismo tiempo permite transmitir mensajes clave de manera clara y personalizada. Además, se convierte en un punto de encuentro donde la marca puede recoger información del público, resolver dudas y fortalecer la recordación institucional.

En términos de publicidad, los stands son valiosos porque generan un impacto directo y experiencial: no solo se ve la marca, sino que se vive a través de dinámicas, obsequios o actividades interactivas. Esto aumenta la credibilidad y

confianza en la institución o empresa, y potencia la posibilidad de que el visitante comparta la experiencia en redes sociales, amplificando el alcance del mensaje.

En conclusión, el stand de GEPCI en Expolicores fue un ejemplo exitoso de cómo integrar publicidad tradicional con experiencias interactivas. La presencia institucional se fortaleció, se logró un alto nivel de visibilidad y se estableció un vínculo directo con el público, demostrando que la creatividad y la cercanía son claves para maximizar el impacto en eventos masivos.

8) Influencer (Redes sociales)

Los influencers concentran actualmente alrededor del 42% de todas las interacciones globales en redes sociales, lo que los convierte en actores esenciales dentro de las estrategias digitales de marcas e instituciones. Su verdadero impacto no depende únicamente del número de seguidores, sino de la calidad del engagement, la afinidad con su audiencia y la autenticidad de sus mensajes.

En Cundinamarca, los creadores de contenido digital han adquirido un papel estratégico en la difusión de mensajes institucionales, comerciales y sociales, complementando medios tradicionales como la radio y la prensa regional. Su influencia se refleja en la capacidad de segmentar audiencias locales —jóvenes, adultos y comunidades rurales— mediante plataformas como Instagram, TikTok y Facebook, logrando una conexión más directa y emocional con los ciudadanos. Además, potencian campañas departamentales (tributación, cultura, turismo) al generar mayor recordación y viralidad que los canales convencionales, y permiten medir resultados en tiempo real a través de métricas de alcance y engagement.

Se priorizó la elaboración de informes de redes sociales que midieran KPIs como engagement, alcance y sentimiento, con el fin de evaluar resultados y optimizar futuras estrategias.

La selección de **Nina Caballero**, reconocida **DJ colombiana**, como influencer para la pauta en Cundinamarca representa una decisión estratégica que combina **visibilidad nacional y conexión cultural**. Su trayectoria en escenarios musicales y festivales departamentales le otorga un reconocimiento amplio en medios y plataformas digitales, garantizando un alcance significativo más allá de las fronteras regionales. Esta exposición mediática refuerza su credibilidad y la posiciona como una figura confiable para transmitir mensajes institucionales o comerciales.



En el ámbito regional, Nina ha consolidado su presencia gracias a presentaciones en diversos municipios de Cundinamarca, lo que le permite conectar directamente con las comunidades locales. Este contacto cercano genera legitimidad y fortalece la identificación del público con los mensajes que ella respalda, convirtiéndola en un puente entre las campañas departamentales y la ciudadanía. Su capacidad para movilizar tanto a públicos digitales como presenciales, logrando una combinación de **alcance y recordación** que pocas figuras pueden ofrecer. Su perfil híbrido, entre artista reconocida y vocera cercana, la convierte en un recurso valioso para campañas que buscan **credibilidad, conexión emocional y amplia difusión** en el departamento.

En conclusión, Nina Caballero es una influencer con **potencial de alto impacto en Cundinamarca**, pues integra la visibilidad nacional con la legitimidad territorial, generando un efecto multiplicador en la comunicación de mensajes estratégicos.

Alcance promedio

- 3 Stories en Instagram y Facebook.
- Visualizaciones por historia: entre 10.000 y 20.000 en ambas plataformas.
- Tasa de interacción (engagement): alrededor del 9–11%, superior al promedio nacional (5–6%).
- Reacciones y comentarios: entre 1.800 y 2.500 por publicación, especialmente en contenidos musicales y colaboraciones institucionales.

Con el apoyo de **Sebastián Caicedo**, actor colombiano con amplia trayectoria en televisión y redes sociales, la estrategia digital alcanzó una mayor diversidad de público. Su participación en redes permitió **ampliar el alcance de las publicaciones**, generando un efecto de refuerzo en la visibilidad de las campañas. Al compartir contenidos relacionados con las actividades y eventos, Sebastián contribuyó a incrementar el engagement y a consolidar la recordación de los



mensajes difundidos.

Alcance promedio – Sebastián Caicedo

- 3 publicaciones en Instagram y Facebook, incluyendo reels y fotografías en eventos.
- Visualizaciones por publicación: entre 25.000 y 40.000 en ambas plataformas, con picos de audiencia en contenidos relacionados con cultura y turismo.
- Tasa de interacción (engagement): alrededor del 7–9%, superior al promedio nacional (5–6%), gracias a su conexión emocional con el público y su estilo cercano.
- Reacciones y comentarios: entre 2.000 y 3.000 por publicación, especialmente en contenidos donde promueve iniciativas sociales o institucionales.
- Alcance total estimado: más de 180.000 visualizaciones acumuladas durante la campaña, combinando redes sociales y presencia en eventos.

Este perfil muestra que Sebastián Caicedo aporta **credibilidad y empatía** a las campañas institucionales, complementando la visibilidad musical y juvenil de Nina Caballero con una **presencia sólida y madura** que conecta con públicos familiares y adultos. Juntos, logran una estrategia equilibrada que amplifica el impacto digital y presencial en Cundinamarca.

En el plano presencial, su apoyo en los eventos fortaleció la conexión con las comunidades locales, aportando **legitimidad y cercanía** a las iniciativas. La combinación de su interacción digital con la presencia física permitió que la pauta alcanzara un **impacto integral**, donde las redes sociales potenciaron la difusión y los eventos consolidaron la participación ciudadana.

En conjunto, la colaboración de **Nina Caballero y Sebastián Caicedo** generó un **alcance superior al esperado**, al unir la visibilidad nacional y regional de Nina con la capacidad de interacción y empatía de Sebastián, logrando una estrategia de comunicación más sólida y efectiva en Cundinamarca.

Con el acompañamiento de Angélica Raquejo, influencer y comunicadora digital, se realizó la supervisión y acompañamiento del proceso de producción audiovisual del comercial institucional vehicular sobre el beneficio del descuento por pronto pago en el impuesto vehicular. La actividad comprendió el seguimiento al desarrollo de la grabación, la verificación del cumplimiento del guion y de los lineamientos comunicacionales, la coordinación con el equipo de producción y prensa, así como el control de la calidad del contenido audiovisual para garantizar que el mensaje fuera claro, coherente y alineado con los objetivos de la campaña institucional.

Además, como influencer, Angélica aportó un valor agregado al proceso al amplificar la difusión del mensaje en sus redes sociales, generando mayor alcance y conexión con audiencias digitales. Su participación permitió que el contenido no solo tuviera un impacto institucional, sino también una proyección más cercana y auténtica hacia la ciudadanía, reforzando la estrategia de comunicación multicanal.

Se llevó a cabo también la realización del cubrimiento periodístico y audiovisual del evento desarrollado en el Autódromo de Tocancipá, organizado con el propósito de promover entre la ciudadanía el beneficio del descuento por pronto pago en el impuesto vehicular. La actividad incluyó el registro fotográfico y videográfico de la jornada, la documentación de las actividades programadas, la captura de declaraciones e imágenes de apoyo, así como la generación de contenido para fortalecer la estrategia de comunicación institucional y la difusión de la campaña en los canales oficiales.

Finalmente, se realizó el registro fotográfico y videográfico del evento en el Autódromo de Tocancipá, con el objetivo de documentar las diferentes actividades de la jornada y generar material audiovisual para la estrategia de comunicación institucional. La actividad incluyó la captura de imágenes de los asistentes, escenarios, activaciones, intervenciones y momentos representativos del evento, con el fin de producir contenidos de alto impacto para su difusión en los canales oficiales de la entidad.

En conclusión, la participación de Angélica Raquejo como influencer fortaleció la campaña institucional al combinar su rol en la supervisión técnica con su capacidad de amplificación digital, logrando un impacto integral que unió la comunicación presencial con la difusión en redes sociales.

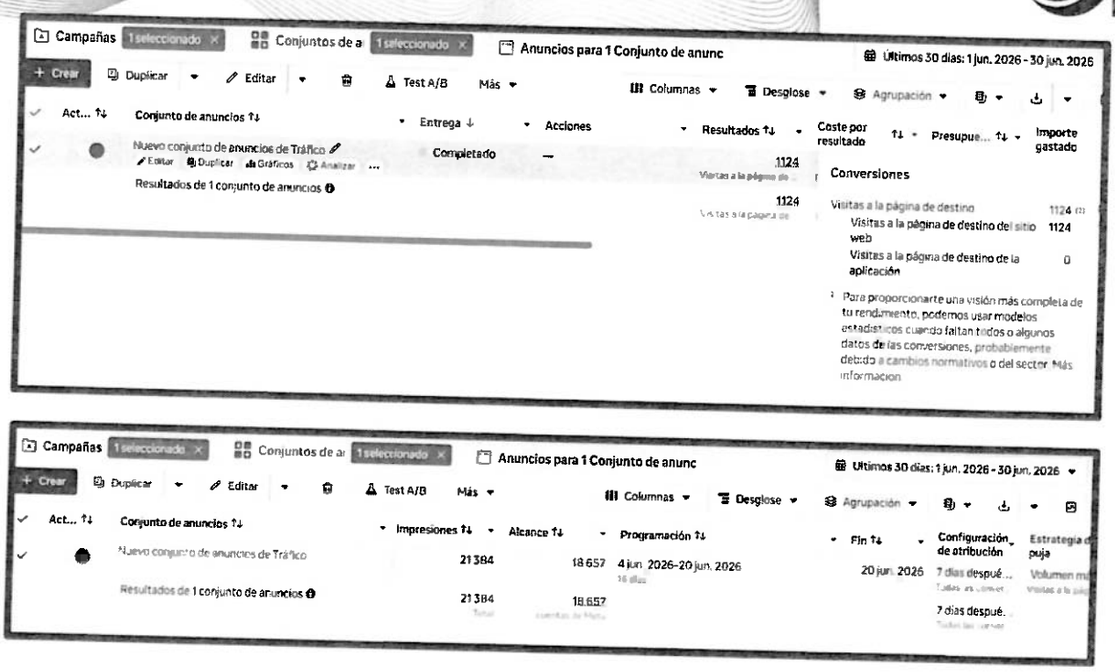




Anexo

Meta Facebook

La campaña en Meta Facebook registró un total de 1.124 visitas a la página, lo que evidencia un nivel de interés significativo por parte de los usuarios alcanzados. Este resultado estuvo acompañado de 21.384 impresiones, reflejando la cantidad de veces que el contenido fue mostrado en las pantallas de los usuarios, y un alcance de 18.657 personas únicas, lo que demuestra una cobertura amplia y efectiva dentro del público objetivo.



La relación entre las visitas y el alcance muestra que la campaña logró captar la atención de un segmento relevante de usuarios, generando un nivel de interacción sólido. En términos de eficiencia publicitaria, las cifras evidencian que la estrategia no solo consiguió exposición masiva, sino que también motivó a un porcentaje considerable de la audiencia a realizar una acción concreta: visitar la página.

Este comportamiento indica que la campaña tuvo un buen rendimiento en términos de conversión de impresiones en visitas, lo que refuerza la efectividad del mensaje y la segmentación aplicada. Además, el alcance cercano a los 19.000 usuarios refleja que la pauta logró penetrar en un público diverso, ampliando la visibilidad institucional y fortaleciendo la recordación de marca.

En conclusión, los resultados de esta primera campaña muestran un equilibrio positivo entre exposición y acción, con métricas que validan la eficiencia de la estrategia digital y que sirven como base para optimizar futuras campañas en Meta Facebook.


Secretaría de Hacienda de Cundinamarca
impuvehiculo.cundinamarca.gov.co
Chatea con nosotros
Ver más
Me gusta
Comentar
Compartir
Secretaría de Hacienda de...
Anuncio
Ahora tienes
Ver más



Unificado actividades:

Descripción	Cantidad	Valor
Cuñas radiales Nacionales	95	$180.500.000
Cuñas radiales Regionales	2382	$225.099.000
Pantalla Movistar Arena	1	$32.500.000
Producción de comercial	1	$71.000.000
Evento "Motor Vibes"	2	$29.444.000
Volantes	3001	$1.080.360
Stand "Expolicores 2026"	1	$16.825.000
Influencer	3	$28.679.001
TOTAL		$585.127.361

KAROL BARRETO BERNAL
Representante legal
CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES

Informe de campaña

17/06/2026 - 26/06/2026

Informe de campaña: Radio

Informe de resultados de campaña

Datos de campaña

ANUNCIANTE
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA SECRETARIA DE...

Nº CONTRATO
M26/1133/0010495

Resumen de radio

Indicadores principales del periodo contratado

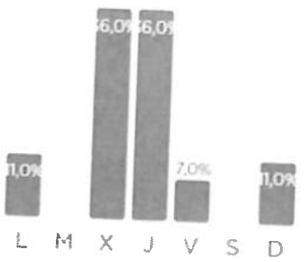
FECHA INICIO	FECHA FIN	Nº DE CUÑAS	DÍAS DE EMISIÓN
18/06/2026	26/06/2026	28	7

SOPORTES	MATERIALES	EMISIONES X DÍA	TIEMPO EMISIÓN
2	2	4,0	00:14:00

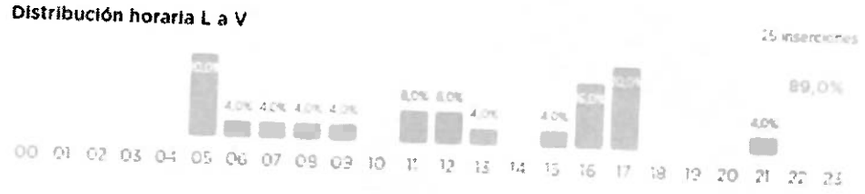
Distribuciones

Lectura visual de la presión publicitaria por día y franja horaria

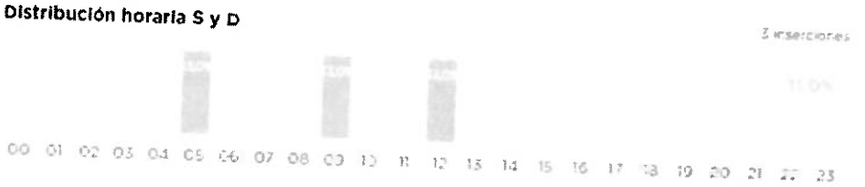
Distribución semanal 28 inserciones



Distribución horaria L a V



Distribución horaria S y D



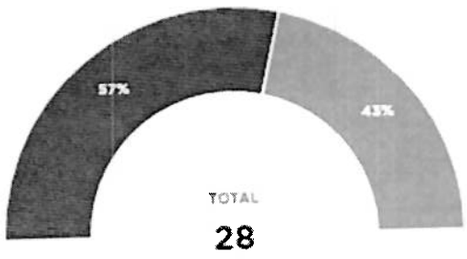
Los gráficos muestran la distribución de los espacios contratados, tanto por día de la semana como por hora, diferenciando lunes a viernes y fin de semana

Total Productos de Radio

2

- Cadena caracol — 16 inserciones
- Local tropicana — 12 inserciones

Productos



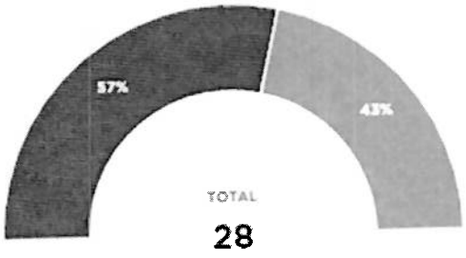
DETALLE	Valor
Cadena caracol	16 · 57,0%
Local tropicana	12 · 43,0%

Total Soportes de Radio

2

- CARACOL RADIO - CADENA — 16 inserciones
- TROPICANA - BOGOTA 102.9 F.M. — 12 inserciones

Soportes utilizados



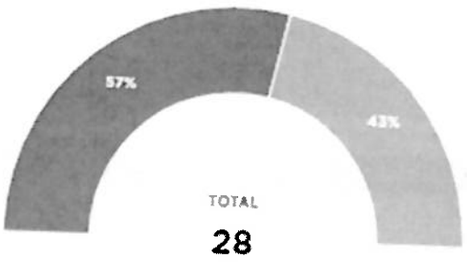
DETALLE	Valor
CARACOL RADIO - CADENA	16 · 57,0%
TROPICANA - BOGOTA 102.9 F.M.	12 · 43,0%

Total materiales

2

- GOBERNACION DE CUNDINAMARCA PAGO IMPUESTO VEH C 30 SEG - Formato: CUÑA 30 - Dur... — 16 · 00:08:00
- GOBERNACION DE CUNDINAMARCA 19 JUNIO VEH C 30 SEG - Formato: CUÑA 30 - Dur.: 30s — 12 · 00:06:00

Materiales



DETALLE	Valor
GOBERNACION DE CUNDINAMARCA PAGO...	16 · 57,0%
GOBERNACION DE CUNDINAMARCA 19 JUNIO...	12 · 43,0%



18-06-2026

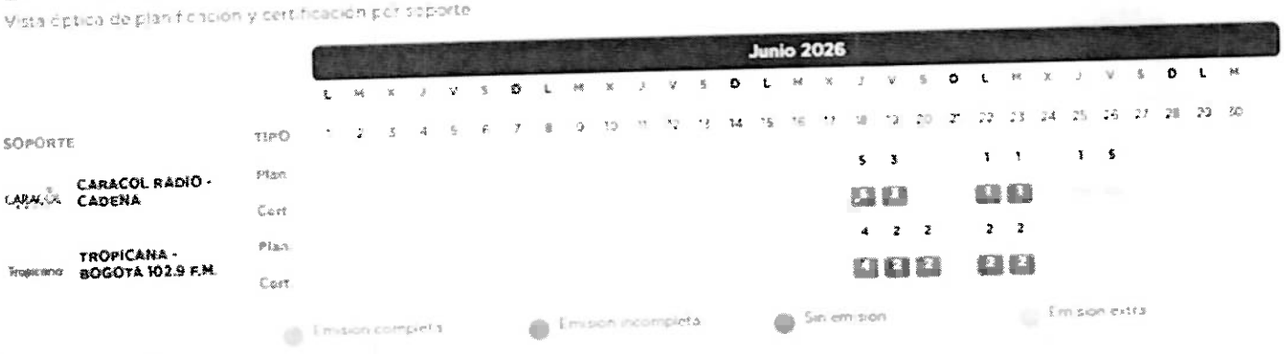
26-06-2026

Informe de campaña: Radio

Informe de resultados de campaña

Emisiones por meses

Vista óptica de planificación y certificación por soporte



CARACOL RADIO

Informe de campaña: Radio

Informe de resultados de campaña

Planificación de radio

Detalle certificado de inserciones por soporte y día

Recuerde que cuando la compra incluye horarios REPARTIDOS / ROTACIONES, la ubicación de ellos puede sufrir variaciones acorde a disponibilidades de inventario.

CARACOL RADIO

CARACOL RADIO - CADENA

Detalle de inserciones certificadas

TOTAL 16

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Jueves	18/06/2026	05:28	11:04	CUÑA 30	Break 05:05	6 am w	GOBERNACION DE...
Jueves	18/06/2026	05:28	18:34	CUÑA 30	Break 05:05	6 am w	GOBERNACION DE...
Jueves	18/06/2026	16:10	16:34	CUÑA 30	Break 16:09	La luciernaga	GOBERNACION DE...
Jueves	18/06/2026	17:10	18:20	CUÑA 30	Break 17:09	La luciernaga	GOBERNACION DE...
Jueves	18/06/2026	17:14	18:32	CUÑA 30	Break 17:09	La luciernaga	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 5

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Viernes	19/06/2026	05:08	05:36	CUÑA 30	Break 05:05	6 am w	GOBERNACION DE...
Viernes	19/06/2026	05:09	09:38	CUÑA 30	Break 05:05	6 am w	GOBERNACION DE...
Viernes	19/06/2026	05:24	11:17	CUÑA 30	Break 05:05	6 am w	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 3

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Lunes	22/06/2026	05:06	07:38	CUÑA 30	Break 05:05	6 am w	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 1

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Martes	23/06/2026	17:11	18:22	CUÑA 30	Break 17:09	La luciernaga	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 1

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Jueves	25/06/2026	12:09	-	CUÑA 30	Break 12:09	Noticiero del medio dia	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 1

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Viernes	26/06/2026	11:00	-	CUÑA 30	-	-	GOBERNACION DE...
Viernes	26/06/2026	16:00	-	CUÑA 30	-	-	GOBERNACION DE...
Viernes	26/06/2026	16:00	-	CUÑA 30	-	-	GOBERNACION DE...

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Viernes	26/06/2026	17:10	-	CUÑA 30	Break 17:09	La luciérnaga	GOBERNACION DE...
Viernes	26/06/2026	17:13	-	CUÑA 30	Break 17:09	La luciérnaga	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 5

Tropicana

TROPICANA - BOGOTA 102.9 F.M.

Detalle de inserciones certificadas

TOTAL **12**

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Jueves	18/06/2026	07:50	08:19	CUÑA 30	Break 07:50	Como amaneció	GOBERNACION DE...
Jueves	18/06/2026	11:50	11:48	CUÑA 30	Break 11:50	Programación musical	GOBERNACION DE...
Jueves	18/06/2026	13:50	13:44	CUÑA 30	Break 13:50	Programación musical	GOBERNACION DE...
Jueves	18/06/2026	16:50	16:43	CUÑA 30	Break 16:50	Programación musical	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 4

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Viernes	19/06/2026	12:51	12:52	CUÑA 30	Break 12:50	Programación musical	GOBERNACION DE...
Viernes	19/06/2026	21:53	21:53	CUÑA 30	Break 21:50	Programación musical	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Sábado	20/06/2026	09:50	09:59	CUÑA 30	Break 09:50	Programación musical	GOBERNACION DE...
Sábado	20/06/2026	15:51	15:53	CUÑA 30	Break 15:50	Programación musical	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Lunes	22/06/2026	09:57	10:04	CUÑA 30	Break 09:50	Como amaneció	GOBERNACION DE...
Lunes	22/06/2026	12:53	12:49	CUÑA 30	Break 12:50	Programación musical	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Martes	23/06/2026	06:51	07:03	CUÑA 30	Break 06:50	Como amaneció	GOBERNACION DE...
Martes	23/06/2026	08:54	09:44	CUÑA 30	Break 08:50	Como amaneció	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 2

Informe de campaña

01/06/2026 - 26/06/2026

Informe de campaña: Radio

Informe de resultados de campaña

Datos de campaña

ANUNCIANTE
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA SECRETARIA DE...

Nº CONTRATO
M26/1133/0009329

Resumen de radio

Indicadores principales del periodo contratado

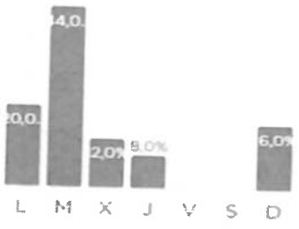
FECHA INICIO	FECHA FIN	Nº DE CUÑAS	DÍAS DE EMISIÓN
01/06/2026	26/06/2026	25	11

SOPORTES	MATERIALES	EMISIONES X DÍA	TIEMPO EMISIÓN
2	3	2,0	00:12:30

Distribuciones

Lectura visual de la presión publicitaria por día y franja horaria

Distribución semanal 25 inserciones



Distribución horaria L a V



Distribución horaria S y D



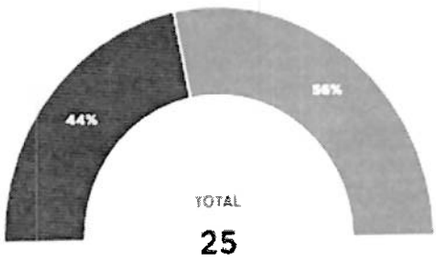
Los gráficos muestran la distribución de los espacios contratados, tanto por día de la semana como por hora, diferenciando lunes a viernes y fin de semana.

Total Productos de Radio

2

- Local caracol — 11 inserciones
- Local tropicana — 14 inserciones

Productos



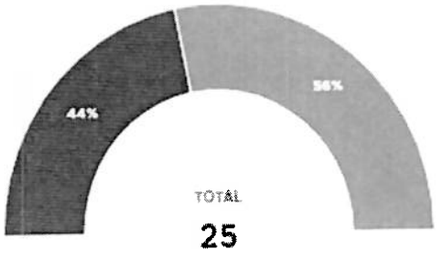
DETALLE	Valor
Local caracol	11 - 44,0%
Local tropicana	14 - 56,0%

Total Soportes de Radio

2

- CARACOL RADIO - BOGOTA 100 9 F M — 11 inserciones
- TROPICANA - BOGOTA 102 9 F M — 14 inserciones

Soportes utilizados



DETALLE	Valor
CARACOL RADIO - BOGOTA 100 9 F M	11 - 44,0%
TROPICANA - BOGOTA 102 9 F M	14 - 56,0%

Informe de campaña: Radio

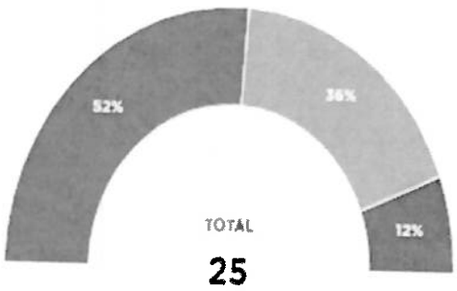
Informe de resultados de campaña

Materiales (Creatividades)

Total materiales

	3
EXPOLICORES CUNDINAMARCA 1 - Formato: CUNA 30 - Dur.: 30s	13 - 00:06:30
SECRETARIA DE HACIENDA CUNDINAMARCA AMPLIACION 30 SEG - Formato: CUÑA 30 - Dur.:...	9 - 00:04:30
GOBERNACION DE CUNDINAMARCA IMPUESTOS 30 SEG - Formato: CUÑA 30 - Dur.: 30s	3 - 00:01:30

Materiales



DETALLE	Valor
EXPOLICORES CUNDINAMARCA 1	13 - 52,0%
SECRETARIA DE HACIENDA CUNDINAMARCA...	9 - 36,0%
GOBERNACION DE CUNDINAMARCA IMPUESTOS...	3 - 12,0%

EXPOLICORES CUNDINAMARCA 1

SECRETARIA DE HACIENDA CUNDINAMARCA AMPLIACION 30 SEG.

GOBERNACION

Junio
01-06-2026

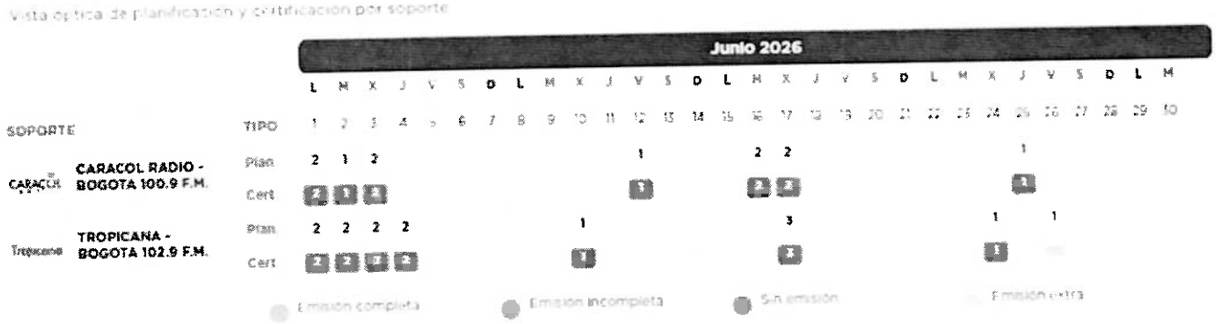
26-06-2026

Informe de campaña: Radio

Informe de resultados de campaña

Emisiones por meses

Vista óptica de planificación y certificación por soporte



CARACOL RADIO

Informe de campaña: Radio

Informe de resultados de campaña

Planificación de radio

Detalle certificado de inserciones por soporte y día

Recuerde que cuando la compra incluye horarios REPARTIDOS / ROTACIONES, la ubicacion de ellos puede sufrir variaciones acorde a disponibilidades de inventario

CARACOL RADIO

CARACOL RADIO - BOGOTA 100.9 F.M.

Detalle de inserciones certificadas

TOTAL **11**

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Lunes	01/06/2026	09:57	11:57	CUÑA 30	Break 09:56	6 am w	EXPOLICORES_
Lunes	01/06/2026	16:59	16:59	CUÑA 30	Break 16:56	La luciérnaga	EXPOLICORES_

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Martes	02/06/2026	18:56	18:56	CUÑA 30	Break 18:56	La luciérnaga	EXPOLICORES_

Total inserciones: 1

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Miercoles	03/06/2026	06:56	06:56	CUÑA 30	Break 06:56	6 am w	EXPOLICORES_
Miercoles	03/06/2026	17:56	17:56	CUÑA 30	Break 17:56	La luciérnaga	EXPOLICORES_

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Viernes	12/06/2026	16:58	16:58	CUÑA 30	Break 16:56	La luciérnaga	SECRETARIA DE HACIENDA_

Total inserciones: 1

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Martes	16/06/2026	09:57	12:02	CUÑA 30	Break 09:56	6 am w	SECRETARIA DE HACIENDA_
Martes	16/06/2026	17:59	16:41	CUÑA 30	Break 17:56	La luciérnaga	SECRETARIA DE HACIENDA_

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Miercoles	17/06/2026	09:56	09:57	CUÑA 30	Break 09:56	6 am w	SECRETARIA DE HACIENDA_
Miercoles	17/06/2026	17:57	12:04	CUÑA 30	Break 17:56	La luciérnaga	SECRETARIA DE HACIENDA_

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Jueves	25/06/2026	04:58	04:56	CUÑA 30	Break 04:56	6 am w	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 1

Tropicana

TROPICANA - BOGOTA 102.9 F.M.

Detalle de inserciones certificadas

TOTAL
14

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Lunes	01/06/2026	05:52	07:57	CUÑA 30	Break 05:50	Como amaneció	EXPOLICORES...
Lunes	01/06/2026	12:57	17:58	CUÑA 30	Break 12:50	Programación musical	EXPOLICORES...

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Martes	02/06/2026	09:52	09:52	CUÑA 30	Break 09:50	Como amaneció	EXPOLICORES...
Martes	02/06/2026	12:54	12:54	CUÑA 30	Break 12:50	Programación musical	EXPOLICORES...

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Miercoles	03/06/2026	09:51	09:51	CUÑA 30	Break 09:50	Como amaneció	EXPOLICORES...
Miercoles	03/06/2026	16:54	16:54	CUÑA 30	Break 16:50	Programación musical	EXPOLICORES...

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Jueves	04/06/2026	05:51	06:26	CUÑA 30	Break 05:50	Como amaneció	EXPOLICORES...
Jueves	04/06/2026	13:57	13:55	CUÑA 30	Break 13:50	Programación musical	EXPOLICORES...

Total inserciones: 2

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Miercoles	10/06/2026	07:53	07:53	CUÑA 30	Break 07:50	Como amaneció	SECRETARIA DE HACIENDA...

Total inserciones: 1

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Miercoles	17/06/2026	08:51	09:46	CUÑA 30	Break 08:50	Como amaneció	SECRETARIA DE HACIENDA...
Miercoles	17/06/2026	08:55	09:47	CUÑA 30	Break 08:50	Como amaneció	SECRETARIA DE HACIENDA...
Miercoles	17/06/2026	09:50	09:49	CUÑA 30	Break 09:50	Como amaneció	SECRETARIA DE HACIENDA...

Total inserciones: 3

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Miercoles	24/06/2026	08:51	08:58	CUÑA 30	Break 08:50	Como amaneció	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 1

Día	Fecha	Hora	Cert	Modelo	Espacio	Programa	Anuncio
Viernes	26/06/2026	06:54	-	CUÑA 30	Break 06 50	Como amaneció	GOBERNACION DE...

Total inserciones: 1

BBC.
Buenos Días Bogotá y Cundinamarca

PRODRADIAL NOTICIERO BUENOS DIAS BOGOTA Y CUNDINAMARCA

J U N I O

MEDIO	CUBRIMIENTO	ACTIVIDADES	CANTIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
NOT BDBC	Bogotá - Cundinamarca	DOS CUÑAS DIARIAS DE L/V DE 6 00 A 8 00 AM	60	4	4	4	3	3				3	3	3	3				3	3	3	3			3	3	3	3	3				3

MARCOLINO FORERO GUERRERO
DIRECTOR

GREEN SOLUTION S.A.S. - FLOW 9 AL 12 DE JUNIO - GOBERNACION CUNDINAMARCA

	EMISORA	CIUDAD	CLASE	DIAL	FREC	COBERTURA	FORMATO	DURACIÓN	Valor Neto	JUNIO L 1	M 2	W 3	J 4	V 5	S 6	D 7	L 8	M 9	W 10	J 11	V 12	S 13	D 14	TOTAL CUÑAS
1	**ALEGRIA FM ST**	TOCANCIPÁ	COMUNITARIA	94.4	FM	Gachancipá, Ansuesca, Sesquile, Guatavita, Chía, Cajicá, Cota, Cogua, Zipaquira, Briceño, Sopo, Choconta, Bogotá Norte,	CUÑA	30"	$ 29,236								1	1	1	1			4
2	**LA MÁS BAKANA**	NEMOCÓN	COMUNITARIA	107.8	FM	Nemocón	CUÑA	30"	$ 29,236								1	1	1	1			4
3	**CATEDRAL FM ST**	ZIPAQUIRÁ	COMUNITARIA	107.4	FM	Zipaquirá, Cogua, Nemocon, Tozancipá, Sopó, Cajicá, Chía, Pacho, Guatavita, Gachancipa, Guasca, La Calera	CUÑA	30"	$ 29,236								1	1	1	1			4
4	**VITAL ST**	CUCUNUBÁ	COMUNITARIA	97.1	FM	Ubate, Sutatausa, Carupa, Tausa, Cucunuba, Fuquene, Ventaquemada, Lenguazaque	CUÑA	30"	$ 29,236								1	1	1	1			4
5	**LA VOZ DE CÁQUEZA**	CÁQUEZA	COMUNITARIA	91.6	FM	Chipaque, Une, Fosca, Quetame, Puente Quetame, Ubaque, Choachí, Fomeque, Guayabetal, Cáqueza	CUÑA	30"	$ 29,236								1	1	1	1			4
6	**AMIGOS DE CHOCONTÁ**	CHOCONTÁ	COMUNITARIA	101.3	FM	Villapinzon, Lenguazaque, Macheta, Suesca, Sequisle, Manta, Boyacá: Tibirita, Ventaquemada, Puerto Boyacá	CUÑA	30"	$ 29,236								1	1	1	1			4
7	**FARALLONES STEREO**	GACHALÁ	COMUNITARIA	106.4	FM	Ubala, Gama, Junín, Gachetá,	CUÑA	30"	$ 29,236								1	1	1	1			4
8	**LENGUAZAQUE ESTEREO**	LENGUAZAQUE	COMUNITARIA	94.4	FM	Lenguezaque	CUÑA	30"	$ 29,236								2	2	2	2			8
9	**SASAIMA STEREO**	SASAIMA	COMUNITARIA	92.1	FM	Sasaima,Villeta,Nocaima,Nimaima,Quebrada Negra,Utica,Lavega ,San Francisco,Vergara, Albán,	CUÑA	30"	$ 29,236								1	1	1	1			4
10	**ANGELUS ST**	SESQUILÉ	COMUNITARIA	107.4	FM	Suesca, Nemocon, Gachancipa, Choconta, Guatavita y Sesquile.	CUÑA	30"	$ 29,236								1	1	1	1			4

44

GREEN SOLUTION - FLOW 17 AL 19 DE JUNIO

	EMISORA	CIUDAD	CLASE	DIAL	FREC	COBERTURA	FORMATO	DURACIÓN	Valor Neto	JUNIO L 15	M 16	W 17	J 18	V 19	S 20	D 21	L 22	M 23	W 24	J 25	V 26	S 27	D 28	L 29	M 30	TOTAL CUÑAS
1	**LA FAVORITA**	COGUA	COMUNITARIA	88.3	FM	Zipaquira, Cogua, Nemocón, Suesca (parte alta), Sopó, Cajicá, Chía, La Calera (parte alta), Tocancipá, Gachancipá	CUÑA	30"	$ 29,236			5	5	5												15
2	**LUNA STEREO**	CHÍA	COMUNITARIA	106.4	FM	Chia, Cota, Cajica, Zona Norte de Bogotá	CUÑA	30"	$ 29,236			5	5	5												15
3	**SOL ST**	ANAPOIMA	COMUNITARIA	92.6	FM	Region del Tequendama (Anapoima, Anolaima, Apulo, Cachipay, El Colegio, La Mesa, Quipilé, San Antonio del Tequendama, Tena y Viotá) y parte del centro y sur de Tolima	CUÑA	30"	$ 29,236			5	5	5												15
4	**ECOS DEL ROSARIO**	ANOLAIMA	COMUNITARIA	95.6	FM	La Mesa, Cachipay, Quipile, Tocaima, Anapoima, Agua de Dios, Girardot, Fusagasuga, Mesitas del Colegio, Sipacón, Tolima: Flandes, El Espinal, Ambalema, La Pena, Ibagué	CUÑA	30"	$ 29,236			5	5	5												15
5	**CHOACHI ST**	CHOACHÍ	COMUNITARIA	88.3	FM	Choachi, La Calera, Chipaque, Une, Gutierres, Fosca, Guayavetal, Quetame, Fomeque, Ubate, Cagueza	CUÑA	30"	$ 29,236			5	5	5												15
6	**LA PAZ FM STEREO**	EL PEÑON	COMUNITARIA	107.4	FM	Topaipi, Pacho, Vergara, Guayabal del Peñon, Pasuncha, Inspección de Talauta.	CUÑA	30"	$ 29,236			5	5	5												15
7	**RADIO UNILATINA**	FACATATIVÁ	COMUNITARIA	94.4	FM	Facatativa, Madrid, Mosquera, El Rosal, Bojaca, Funza, Fontibon, Sur de Bogotá, Alban, Sasaima, Villeta	CUÑA	30"	$ 29,236			5	5	5												15

8	**RADIO VILMAR**	FACATATIVÁ	COMUNITARIA	91.3	FM	Agua de Dios, Albán, Anapoima, Anolaima, Arbeláez, Beltrán, Bituima, Bojacá, Cabrera, Cachipay, Cajicá, Caparrapí, Caqueza, Carmen de Carupa, Chaguaní, Chía, Chipaque, Choachí, Chocontá, Cogua, Cota, Cucunubá, El Colegio, El Peñón, El Rosal, Facatativá, Fomeque, Fosca, Funza, Fúquene, Fusagasugá, Gachala, Gachancipá, Gachetá, Gama, Girardot, Granada, Guachetá, Guaduas, Guasca, Guataquí, Guatavita,	CUÑA	30"	$	29,236			5	5	5													15
9	**FLANDES ST**	FLANDES	COMUNITARIA	94.5	FM	Flandes, Espinal, Girardot, Ricaurte	CUÑA	30"	$	29,236			5	5	5													15
10	**CHINGAZA ST**	FÓMEQUE	COMUNITARIA	106.4	FM	Gutierrez Chipaque, La Calera, Usme, Mundo Nuevo, Quetame, Puente Quetame, Une, Fosca, Sáname, Manzanares, Sna Juanito, Guasca, Gacheta, Claraval, Chuscales, Guayabetal, La Unión, El Calvario, San Francisco, Ubaque, Choachí y más de 140 importantes barrios del sur - oriente de Bogotá	CUÑA	30"	$	29,236			5	5	5													15
																												150 CUÑAS

GREEN SOLUTION FLOW DEL 23 AL 30 DE JUNIO

	EMISORA	DPTO	CIUDAD	CLASE	DIAL	FREC	COBERTURA	FORMATO	DURACIÓN	Valor Neto	JUNIO S 20	D 21	L 22	M 23	W 24	J 25	V 26	S 27	D 28	L 29	M 30	TOTAL CUÑAS
1	**ECOS DEL ROSARIO**	CUNDINAMARCA	ANOLAIMA	COMUNITARIA	95.6	FM	La Mesa, Cachipay, Quipile, Tocaima, Anapoima, Agua de Dios, Girardot, Fusagasuga, Mesitas del Colegio, Sipacón, Tolima: Flandes, El Espinal, Ambalema, La Popa, Ibagué	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	**VIENTOS STEREO**	CUNDINAMARCA	BOGOTÁ	COMUNITARIA	94.4	FM	Ciudad Bolivar, San Cristobal, Sumapaz	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	**EMISORA 7.21**	CUNDINAMARCA	BOGOTÁ	COMUNITARIA	88.1	FM	FONTIBON, PUENTE ARANDA, TEUSAQUILLO, SANTA FE, TUNJUELITO RAFAEL URIBE, USME, KENNEDY, 20 DE JULIO, CIUDAD BOLIVAR	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	**LA VOZ DE CAQUEZA**	CUNDINAMARCA	CÁQUEZA	COMUNITARIA	91.6	FM	Chipaque, Une, Fosca, Quetame, Puente Quetame, Ubaque, Choachí, Fomeque, Guayabetal, Cáqueza	CUÑA	30"	$ 29,236				5	5	5	5	5	6	6	6	43
5	**LUNA STEREO**	CUNDINAMARCA	CHÍA	COMUNITARIA	106.4	FM	Chía, Cota, Cajica, Zona Norte de Bogotá	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	**CHOACHI ST**	CUNDINAMARCA	CHOACHÍ	COMUNITARIA	88.3	FM	Choachi, La Calera, Chipaque, Une, Gutierres, Fosca, Guayavetal, Quetame, Fomeque, Ubate, Caqueza	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32

7	**AMIGOS DE CHOCONTA**	CUNDINAMARCA	CHOCONTÁ	COMUNITARIA	101.3	FM	Villapinzon, Lenguazaque, Macheta, Suesca, Sequisle, Manta, Boyacá: Tibirita, Ventaquemada, Puerto Boyacá	CUÑA	30"	$ 29,236				5	5	5	5	5	6	6	6	43
8	**LA CONSENTIDA**	CUNDINAMARCA	CHOCONTÁ	COMERCIAL	89.3	FM	Cundinamarca: Chocontá, Caqueza, Carmen de Carupa, Chía, Cajicá, Chipaque, Choachi, Cogua, Cota, Cucunubá, El Rosal, Facatativá, Funza, Fuquene, Gachalá, Gachancipá, Gachetá, Gama, Guachetá, Guasca, Gautavita, Guateque, Junin, La Calera, Lenguazaque, Machetá, Madrid, Medina, Mosquera, Nemocon, Pacho, Paime, San Cayetano, Sesquile, Simijaca, Sopo, Subachoque, Suesca, Susa, Sutatausa.	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	**LA FAVORITA**	CUNDINAMARCA	COGUA	COMUNITARIA	88.3	FM	Zipaquira, Cogua, Nemocón, Suesca (parte alta), Sopó, Cajicá, Chía, La Calera (parte alta), Tocancipá, Gachancipá	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	**VITAL ST**	CUNDINAMARCA	CUCUNUBÁ	COMUNITARIA	97.1	FM	Ubate, Sutatausa, Carupa, Tausa, Cucunuba, Fuquene, Ventaquemada, Lenguazaque	CUÑA	30"	$ 29,236				5	5	5	5	5	6	6	6	43
11	**LA PAZ FM STEREO**	CUNDINAMARCA	EL PEÑON	COMUNITARIA	107.4	FM	Topaipí, Pacho, Vergara, Guayabal del Peñon, Pasuncha, Inspección de Talauta.	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32

12	**RADIO UNILATINA**	CUNDINAMARCA	FACATATIVÁ	COMUNITARIA	94.4	FM	Facatativa, Madrid, Mosquera, El Rosal, Bojaca, Funza, Fontibon, Sur de Bogotá, Alban, Sasaima, Villeta.	CUÑA	30"	$ 29,236			4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	**RADIO VILMAR**	CUNDINAMARCA	FACATATIVÁ	COMUNITARIA	91.3	FM	Agua de Dios, Albán, Anapoima, Anolaima, Arbeláez, Beltrán, Bituima, Bojacá, Cabrera, Cachipay, Cajicá, Caparrapí, Caqueza, Carmen de Carupa, Chaguaní, Chía, Chipaque, Choachí, Chocontá, Cogua, Cota, Cucunubá, El Colegio, El Peñón, El Rosal, Facatativá, Fomeque, Fosca, Funza, Fúquene, Fusagasugá, Gachala, Gachancipá, Gachetá, Gama, Girardot, Granada, Guachetá, Guaduas, Guasca, Guataquí, Guatavita,	CUÑA	30"	$ 29,236			4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	**FLANDES ST**	CUNDINAMARCA	FLANDES	COMUNITARIA	94.5	FM	Flandes, Espinal, Girardot, Ricaurte	CUÑA	30"	$ 29,236			4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	**CHINGAZA ST**	CUNDINAMARCA	FÓMEQUE	COMUNITARIA	106.4	FM	Gutierrez Chipaque, La Calera, Usme, Mundo Nuevo, Quetame, Puente Quetame, Une, Fosca, Sáname, Manzanares, Sna Juanito, Guasca, Gacheta, Claraval, Chuscales, Guayabetal, La Unión, El Calvario, San Francisco, Ubaque, Choachí y más de 140 importantes barrios del sur - oriente de Bogotá	CUÑA	30"	$ 29,236			4	4	4	4	4	4	4	4	32

16	**BACATA ST**	CUNDINAMARCA	FUNZA	COMUNITARIA	94.4	FM	Funza, Mosquera, Madrid, El Rosal, Facatativa,	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	**NUEVA VIDA FM ST**	CUNDINAMARCA	FÚQUENE	COMUNITARIA	101.3	FM	Fuquene, Susa, Simijaca, Guacheta, Ubate, Sutatausa, Leguazaque, Carupa, Choconta, Cucunuba, Guaca, Guatavita, Boyaca: San Miguel de Sema, Chiquinquira, Villa de Leiva, Samacá, Raquirá,	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	**FARALLONES STEREO**	CUNDINAMARCA	GACHALÁ	COMUNITARIA	106.4	FM	Ubala, Gama, Junín, Gachetá,	CUÑA	30"	$ 29,236				5	5	5	5	5	6	6	6	43
19	**ASIVAG STEREO**	CUNDINAMARCA	GACHANCIPÁ	COMUNITARIA	101.3	FM	Gachancipá, Tocancipá, Sesquile, Tuesca, Zipaquira, Sopo, Briceño,	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	**RADIO CIUDAD DE FLANDES**	CUNDINAMARCA	GIRARDOT	COMERCIAL	1450	AM	ZONA DEL TEQUENDAMA: Tocaima, Viota, La Mesa, Anapoma, Las mesitas, Cachipay, San Joaquin, Apulo, Tena, San Antonio, Tequendama, Viandi, Ospina Pérez, El Triunfo, Pubenza, El Colegio, Pueblo nuevo, Portillo. ZONA DEL SUMAPAZ : Fusagasuga, Silvania, Pasca, Pandí, San Francisco, Boqueron, Arbelaez, San Bernardo, Cabrera, Tibacuy, Cumara. ZONA DEL ALTO MAGDALENA:Girardot,	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32

21	**RADIO COLINA**	CUNDINAMARCA	GIRARDOT	COMERCIAL	1230	AM	Agua de Dios Anapoima Apulo, Arvelaez, Beltran, Colegio, Fusa, Girardot Guataqui, Jerusalen La Mesa, Nariño, Nilo, Pandi, Puli, Ricaurte, Silvania, Tocaima Viota. Departamento del Tolima: Alvarado, Albelema, Carmen de Apicala, Coello, Cunday, Chicoral Espinal, Flandes, Guamo, Ibagué Icononzo, Melgar, Piedras, Purificación Saldaña, San Luis Suarez, Valle del San Juan, Venadillo.	CUÑA	30"	$ 29,236			4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	**GUADUAS ST**	CUNDINAMARCA	GUADUAS	COMUNITARIA	88.3	FM	Villeta, Sasaima, Caterrapi, La Palma, Cachuguaní, San Juan de Rio Seco, La vega, Tolima: Honda, Mariquita, Armero Guayabal, Ambalema, Fresno, Palocavildo	CUÑA	30"	$ 29,236			4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	**SAN JACINTO STEREO**	CUNDINAMARCA	GUASCA	COMUNITARIA	88.3	FM	Guasca	CUÑA	30"	$ 29,236			4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	**GUATAVITA FM ST**	CUNDINAMARCA	GUATAVITA	COMUNITARIA	106.4	FM	Guatavita, Sesquile, Guasca, La Calera, Tocaima, Zipaquira, Suesca	CUÑA	30"	$ 29,236			4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	**SIQUIMA FM**	CUNDINAMARCA	GUAYABAL DE SIQUIMA	COMUNITARIA	88.4	FM	Guayabal, Alban, Vituima, Viani, Parte Anolaima y Villeta	CUÑA	30"	$ 29,236			4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	**LA CALERA FM**	CUNDINAMARCA	LA CALERA	COMUNITARIA	101.3	FM	La Calera, Guasca, Guatavita Sopo	CUÑA	30"	$ 29,236			4	4	4	4	4	4	4	4	32

27	**CRISTALINA STEREO**	CUNDINAMARCA	LA MESA	COMERCIAL	102.3	FM	Anapoima, Anolaima, Apulo, Cachipay, El Colegio, La Mesa, Quipile, San Antonio del Tequendama, Tena, Viota, Zipacón, Tocaima, Agua de Dios, Nilo, Ricaurte, Girardot, Jerusalén, Guataquí, Pulí, Beltrán, San Juan de Rioseco, Vianí, Chaguaní, Bituima, Guayabal de Siquima, Alban, Sasaima, Guaduas, La Vega, Tocaima, Vergara, Nimaima, Útica, La Palma, Yacopí, Paime, Villa Gómez, Pacho, Supatá, San Francisco, La Vega, El Rosal,	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	**MI GENTE RADIO**	CUNDINAMARCA	LA MESA	COMUNITARIA	99.5	FM	La Mesa, San Antonio del Tequendama, Apulo, Anapoima, Quipile, Cachipay, Viotá, Anolaima, Tena, El Colegio, Zipacon, Soacha	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	**CIBER ST**	CUNDINAMARCA	LA PALMA	COMUNITARIA	107.1	FM	La Palma	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	**BUTULU ST**	CUNDINAMARCA	LA VEGA	COMUNITARIA	107.8	FM	La Vega	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	**LENGUAZAQUE ESTEREO**	CUNDINAMARCA	LENGUAZAQUE	COMUNITARIA	94.4	FM	Lenguezaque	CUÑA	30"	$ 29,236				5	5	5	5	5	6	6	6	43
32	**OASIS STEREO**	CUNDINAMARCA	MADRID	COMUNITARIA	88.3	FM	Madrid, Mosquera , Funza, Facatativa, El Rosal, Bojaca, Subachoque, La Calera , Tabio, Tenjo, Soacha, Cajica, Briseño, 65% de Bogota.	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	**MANTA STEREO**	CUNDINAMARCA	MANTA	COMUNITARIA	88.3	FM	Manta, Guayatá, Guateque, Sodomondoco, Macanal, Tibirita, Macheta, Alta de Villa Pinzon, Alta de Choconta, Junin, Gama,	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32

34	**ASOAM FM ST**	CUNDINAMARCA	MOSQUERA	COMUNITARIA	106.4	FM	Funza, Madrid, Faca, Bojaca, Sabana Occidente, Parte de Engativa y Fontibon	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	**VIVA FM ST / AHORA LA MÁS BAKANA**	CUNDINAMARCA	NEMOCóN	COMUNITARIA	107.8	FM	Nemocon	CUÑA	30"	$ 29,236				5	5	5	6	6	6	6	6	45
36	**LEONES ST**	CUNDINAMARCA	NOCAIMA	COMUNITARIA	107.4	FM	Nemocon, Cogua, Tausa, Suesca, Sesquile, Guatavita, Gachancipa	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	**PACHO ST**	CUNDINAMARCA	PACHO	COMUNITARIA	94.4	FM	Pacho, El Peñon, Villagomez, Supatá	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	**RADIO FUTURAMA**	CUNDINAMARCA	PACHO	COMERCIAL	1470	AM	Pacho, El Peñon, La Palma, Paime, San Cayetano, Topaipi, Villagomez, Yacupi, La Peña, La Vega, Nimaima, San Francisco, Supatá, Utica, Vergará, Villeta, Zipaquirá, Pacho	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	**FUROR ST**	CUNDINAMARCA	PASCA	COMUNITARIA	91.6	FM	Pasca	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	**SAN FRANCISCO STEREO**	CUNDINAMARCA	SAN FRANCISCO	COMUNITARIA	106.7	FM	La Region del Gualeva, San Francisco, La Vega, Nocaima,Villeta, Nimaima, Vergara, Supatá, Quebradanegra, La Peña, El Peñón, Guaduas, Canapaí	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	**SASAIMA STEREO**	CUNDINAMARCA	SASAIMA	COMUNITARIA	92.1	FM	Sasaima,Villeta,Nocaima,Nimaima, Quebrada Negra,Utica,Lavega,San Francisco,Vergara Albán	CUÑA	30"	$ 29,236				5	5	5	5	5	6	6	6	43
42	**ANGELUS ST**	CUNDINAMARCA	SESQUILÉ	COMUNITARIA	107.4	FM	Suesca, Nemocon, Gachancipa, Choconta, Guatavita y Sesquile.	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	**SIBA ST**	CUNDINAMARCA	SIBATÉ	COMUNITARIA	88.3	FM	Icononzo, Murillo, Fusagasuga, Granada, Pasca, Soacha, Chinauta.	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32

44	**MARIA AUXILIADORA ST**	CUNDINAMARCA	SILVANIA	COMUNITARIA	106.4	FM	Granada, Tibacuy, Tibacuy, Cucunabá, Fusagasuga, Arvelaéz, San Bernardo, Pasca, Sibaté,	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	**CIELO AZUL STEREO**	CUNDINAMARCA	SIMIJACA	COMUNITARIA	88.3	FM	Guacheta, Susa, Capellania, Ubate, Carmen de Capura, Simijaca, Tunja, Tinjaca, Raquira, Saboya.	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	**RADIO RUMBO**	CUNDINAMARCA	SOACHA	COMUNITARIA	107.4	FM	Soacha, Sibaté. Algunas localidades de Bogotá como Bosa, Kennedy y Ciudad Bolivar	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	**ROCA STEREO**	CUNDINAMARCA	SUESCA	COMUNITARIA	94.4	FM	Suesca, Sesquile, Gachancipa, Nemocon, Chocontá y Guatavitá	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	**SUSA STEREO**	CUNDINAMARCA	SUSA	COMUNITARIA	107.8	FM	Susa	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	**MANANTIAL ST**	CUNDINAMARCA	SUTATAUSA	COMUNITARIA	88.3	FM	Tausa, Carmen de Carupa, Ubate, Cucunuba, Capellanía, Guacheta y Lenguazaque.	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	**LA EXITOSA**	CUNDINAMARCA	TENJO	COMUNITARIA	94.4	FM	Tenjo, Tabio, Cota, Chía, Subachoque, Siberia, Cajicá, Zipaquirá, parte de Bogotá (Suba, Madelena, Ciudad Bolívar, Resyrepo, Ricaurte y Usme)	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	**SHALOM STEREO**	CUNDINAMARCA	TOCAIMA	COMUNITARIA	107.8	FM	Tocaima, Agua de Dios, Girardot, Ricaurte, Viotá, Apulo, Tolima: Flandes, Espinal, Carmen de Apicala	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	**ALEGRIA FM ST**	CUNDINAMARCA	TOCANCIPÁ	COMUNITARIA	94.4	FM	Gachancipá, Ansuesca, Sesquile, Guatavita, Chía, Cajicá, Cota, Cogua, Zipaquira, Briceño, Sopo, Choconta, Bogotá Norte,	CUÑA	30"	$ 29,236				5	5	5	5	5	6	6	6	43

53	**UBALA FM ST**	CUNDINAMARCA	UBALÁ	COMUNITARIA	107.8	FM	Ubala	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	**CRECER FM STEREO**	CUNDINAMARCA	UBATÉ	COMERCIAL	107.4	AM	Guacheta, Lenguazaque, Cucunubá, Tauza, Sutatauza, Fuquene, Capellanía, Boyacá: Raquirá, San Miguel	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	**FRECUENCIA 5**	CUNDINAMARCA	VERGARA	COMUNITARIA	88.3	FM	Supata, Nimaima, Nocaima, Sasaima , Tabio, Villeta, La Vega	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	**SONORA STEREO**	CUNDINAMARCA	VIANÍ	COMUNITARIA	106.4	FM	Guayabal de Siquima, Alban, Villeta, Guaduas, Sasaima, Boquron de Hilo, Corraleras, Reventones, La Sierra(Quipile=, algunas veredas de San Juan de Rioseco, y Chaguaní en el departamento de Cundinamarca,Libano, Ambalema, Santa Isabel y Murillo en el departamento del Tolima; entre otros sectores de la región del Gualiva, Magdalena Centro y Tequendama.	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	**SAN JUAN ESTEREO**	CUNDINAMARCA	VILLAPINZÓN	COMUNITARIA	107.4	FM	Villapinzón, Chocontá, BOYACÁ: Venta quemada y Turmequé	CUÑA	30"	$ 29,236				5	5	5	5	5	6	6	6	43
58	**YACOPI ST**	CUNDINAMARCA	YACOPÍ	COMUNITARIA	94.5	FM	Yacopi, Caparrapi, La Palma, Popaipi Paime, En Boyaca(Muzo, Puerto Boyaca), En Caldas (Dorada, Pensilvania)	CUÑA	30"	$ 29,236				4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	**CATEDRAL FM ST**	CUNDINAMARCA	ZIPAQUIRÁ	COMUNITARIA	107.4	FM	Zipaquira, Cogua, Nemocon, Tocancipá, Sopó	CUÑA	30"	$ 29,236				5	5	5	5	5	6	6	6	43

2000 cuñas

Señores:
CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES
Atte. Dr. EDWARD DIAZ
Gerente

Ref: FLOW CAMES: Junio 2026

FORMATO	REFERENCIA	No. IMPACTOS	VR. UNITARIO NETO CUÑA																											TOTAL
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	
30 SEG	IMPUESTOS PLAZOS	50						13							13							12									12	
OBSERVACIONES: Se emitieron 50 cuñas, rotando las refencias incluidas para las fechas indicadas.																						TOTAL N° CUÑAS ORDENADAS DURANTE EL MES DE JUNIO									50

Cordialmente,

CARLOS ENRIQUE PINEDA GARCÍA
DIRECTOR
AL POLÍGRAFO CON PINEDA
CC. 11.298.841 de Girardot

ORTIZ APOLINAR COMUNICACIONES K.C.

NIT 11.380.236-0
CARRERA 8 No. 6 – 49 OFICINA 307 TEL: 3118127739
FUSAGASUGA (CUND.)

Fusagasugá, 01 de junio de 2026

Señores
Consorcio Plan de Comunicaciones
Atn: Dr. Edward Diaz
Gerente – general
Bogotá D.C.

FLOW DE EJECUCIÓN DE PAUTAS – PLAN DE COMUNICACIONES

ACEPTACIÓN DE PROPUESTA de marzo de 2026
Entidad: Secretaria de Hacienda de Cundinamarca
Periodo de emisión de cuñas: 01 al 30 de junio de 2026 – Cuña Institucional – 39 cuñas mes
Contratista: CONSORCIO PLAN DE **COMUNICACIONES**
Supervisor: Karol Juliana Barreto Bernal (Representante Legal)

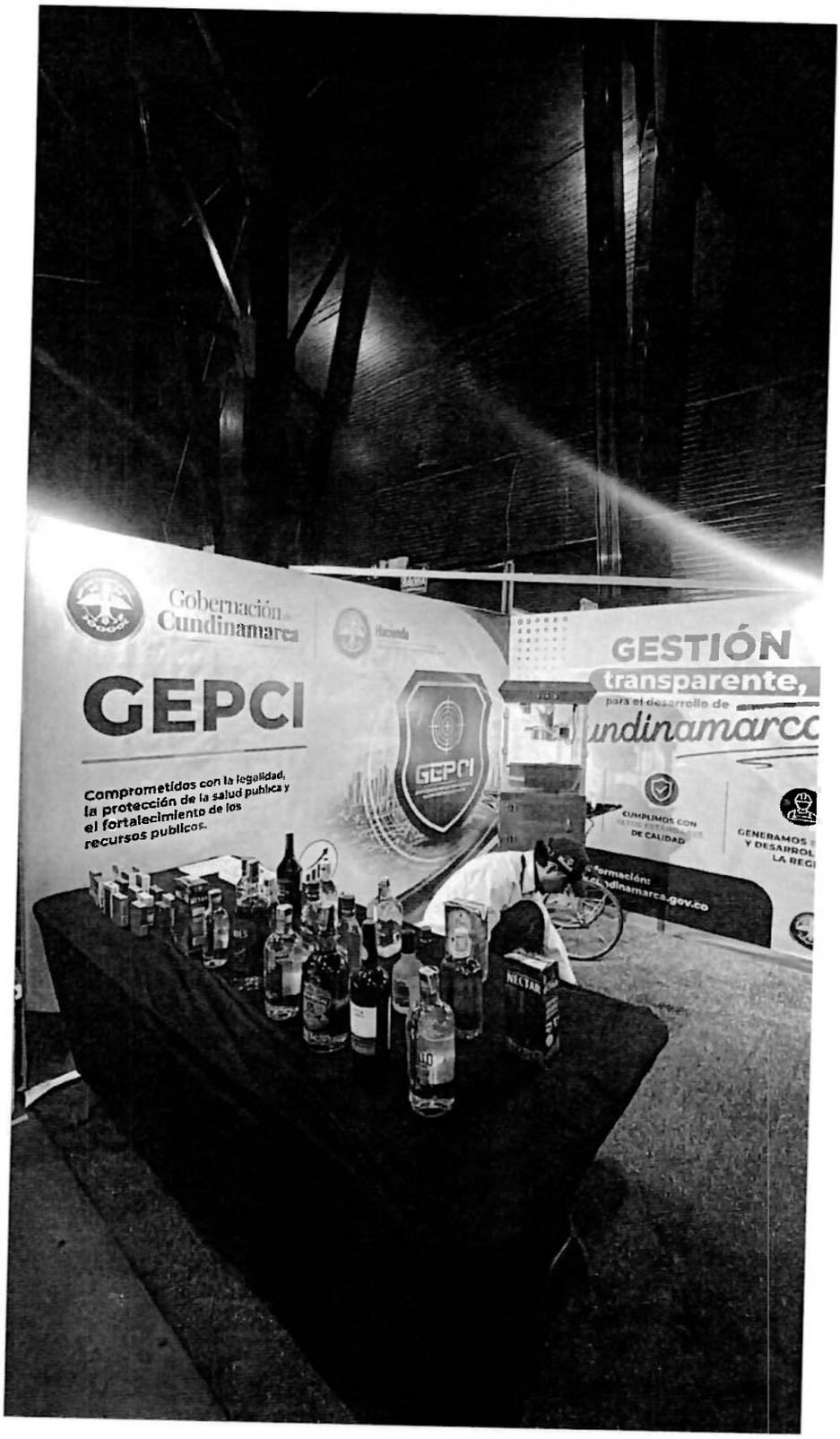
1.OBJETIVO
Me permito presentar la difusión de cuñas institucionales de la Secretaria de Hacienda de Cundinamarca, programadas dentro de la franja de Noticias de la Emisora Ortiz Apolinar Comunicaciones Radio On Line, en horario: AM: 7:30 – 8:30, emisión de **39 cuñas** durante el periodo comprendido entre el **01 y 30 de junio de 2026** de acuerdo a lo ordenado a través de correo electrónico, con el siguiente trabajo periodístico:
1 cuña diaria con rotación de textos, durante el periodo comprendido entre el **01 al 19 de julio de 2026 – 19 cuñas**
2 cuñas diarias con rotación de textos, durante el periodo comprendido entre el **20 y 30 de julio de 2026 – 8 cuñas**
4 Cuñas diarias ampliación de plazo pago vehículos matriculados en Cundinamarca, durante el periodo comprendido entre el **16, 17, 18 y 19 de junio de 2026 : 12 cuñas,** en los siguientes horarios: AM 07:15 - 07:45 - 08:15 y 08:45
2. FLUJO CRONOLÓGICO DE EJECUCIÓN

No.	Horario	Medio	Actividad	Evidencia	PERIODO
1	AM: 7:30	Ortiz Apolinar Comunicaciones Radio OnLine	Emisión cuña institucional	Grabación No. 1	**01 AL 19 Junio** **19 CUÑAS**
2	AM: 8:00 - 8:30	Ortiz Apolinar Comunicaciones Radio OnLine	Repetición cuña institucional	Grabación No. 1	**20 AL 30 Junio** **8 CUÑAS**
3	AM 07:15 . 07:45: 08:15 y 08:45	Ortiz Apolinar Comunicaciones Radio OnLine	Ampliación de plazo para pago de impuestos	Grabación No. 2	**16 Al 19 De Junio** **12 CUÑAS**

Cordialmente,

CARLOS ALBERTO ORTIZ MURCIA
Representante Legal.
Director de Noticias

Carlos Alberto Ortiz Murcia - Director - Cel. 311 8127739
e-mail:cortizapolinar@gmail.com
Carrera 8 No. 6-49 Oficina 307 Fusagasugá - Cundinamarca


Gobernación de Cundinamarca
Hacienda
GEPCI
Comprometidos con la legalidad, la protección de la salud publica y el fortalecimiento de los recursos publicos.
GEPCI
GESTIÓN
transparente,
para el desarrollo de
ndinamarca
CUMPLIMOS CON
DE CALIDAD
GENERAMOS
Y DESARROL
LA REG
formación:
dinamarca.gov.co
NECTAR


GESTIÓN
REGIÓ
Hacienda
cerca de
ciudadan
Servicios y trámites.

Estadísticas



17 de junio a las 12:24 p. m.

Resumen ⓘ

Visualizaciones	52.689
Interacciones	13.452
Actividad del perfil	1.950

Visualizaciones ⓘ



Supervisión comercial .HEIC




7:36
Clics en el enlace 201
Navegación 3,815
Avances 2,870
Abandonos 474
Siguiente historia 299
Retrocesos 172
Actividad del perfil 15
Visitas al perfil 14
Nuevos seguidores 1
Público
Sexo
País
Edad


7:29
Clics en el enlace
80
Navegación
4,807
Avances
3,657
Abandonos
553
Siguiente historia
548
Retrocesos
49
Actividad del perfil
28
Visitas al perfil
28
Nuevos seguidores
0
Público
Sexo
País
Edad


7:22
18.200
16.345
10.829
6.923
16.345
Clics en el enlace
139
Navegación
3,108
Avances
2,398
Abandonos
341
Siguiente historia
219
Retrocesos
150
Actividad del perfil
18
Visitas al perfil
18
Nuevos seguidores
0
Público



19 de junio a las 9:03a. m.

Resumen

Visualizaciones	50,458
Interacciones	12.390
Actividad del perfil	1300

Visualizaciones

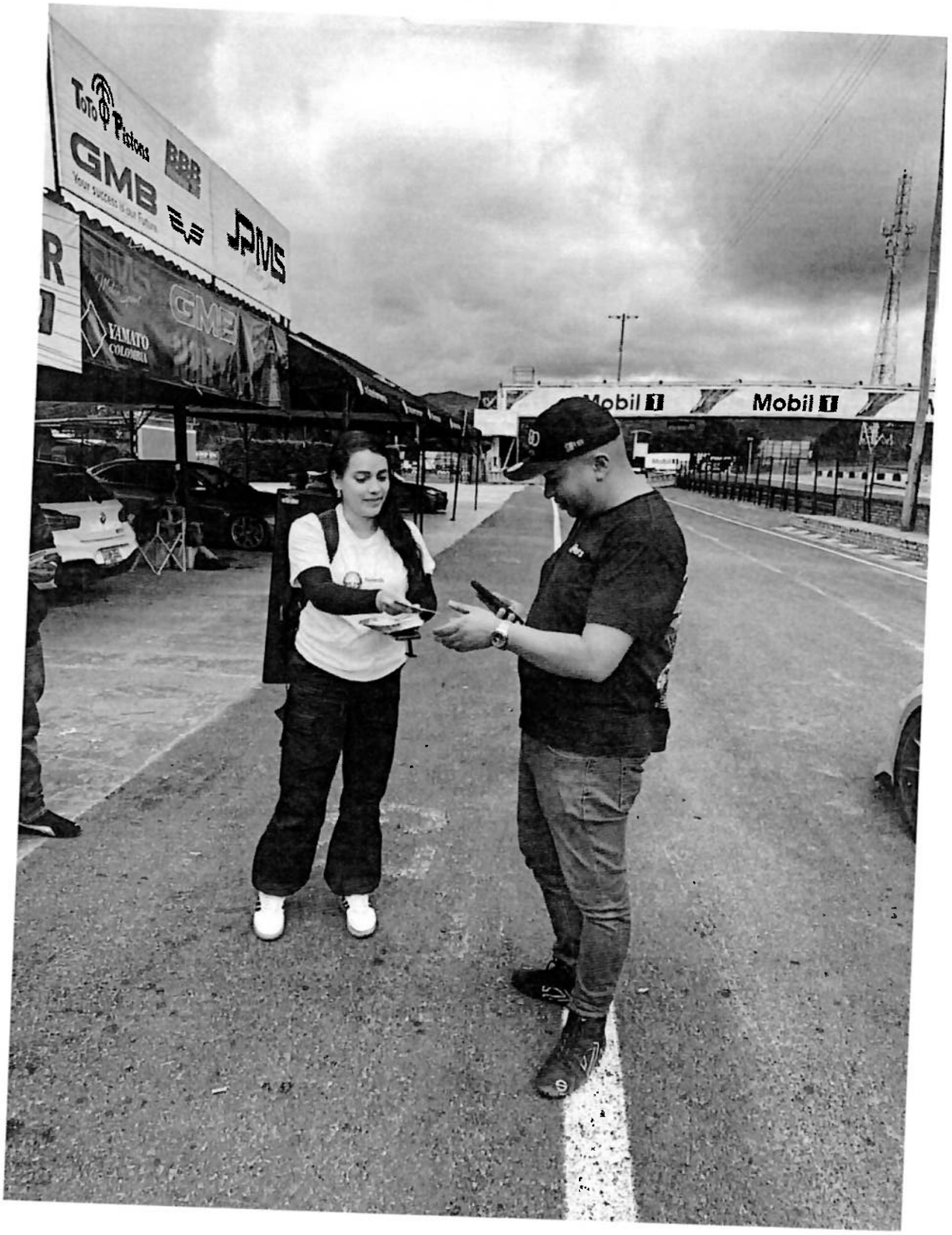



Mobil 1

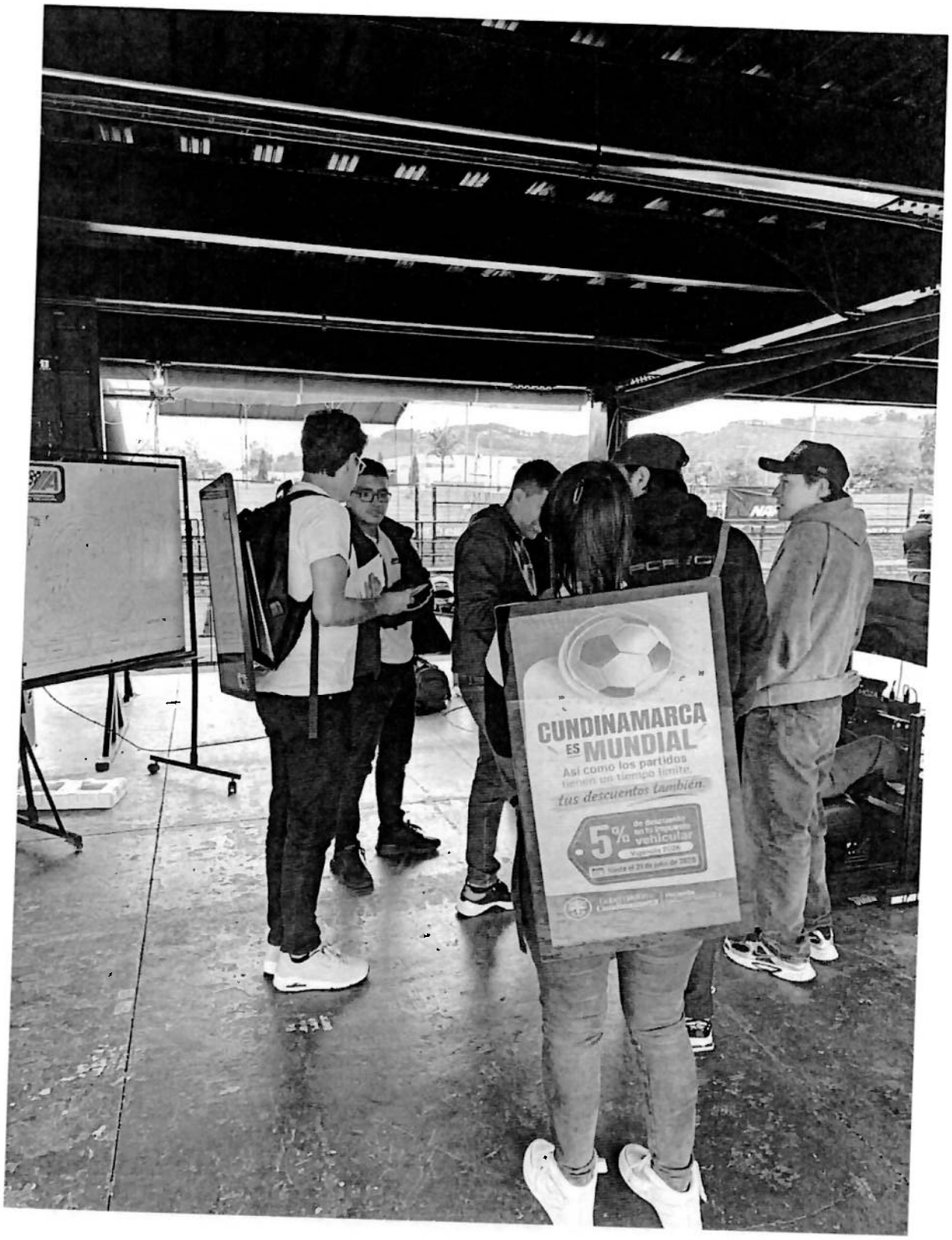

BAÑOS
CUNDINAMARCA
ES
MUNDIAL
Así como los partidos
tienen un tiempo límite,
tus descuentos también.
Vigencia 2026
Gobernación de
Cundinamarca


CUNDINAMARCA
ES MUNDIAL
12:02
2026-06-24
mié
Entrada a PITS,Entrada a PITS


CUNDINAMARCA
ES MUNDIAL
Así como los partidos
pasan al tiempo límite
tus descuentos también
5%

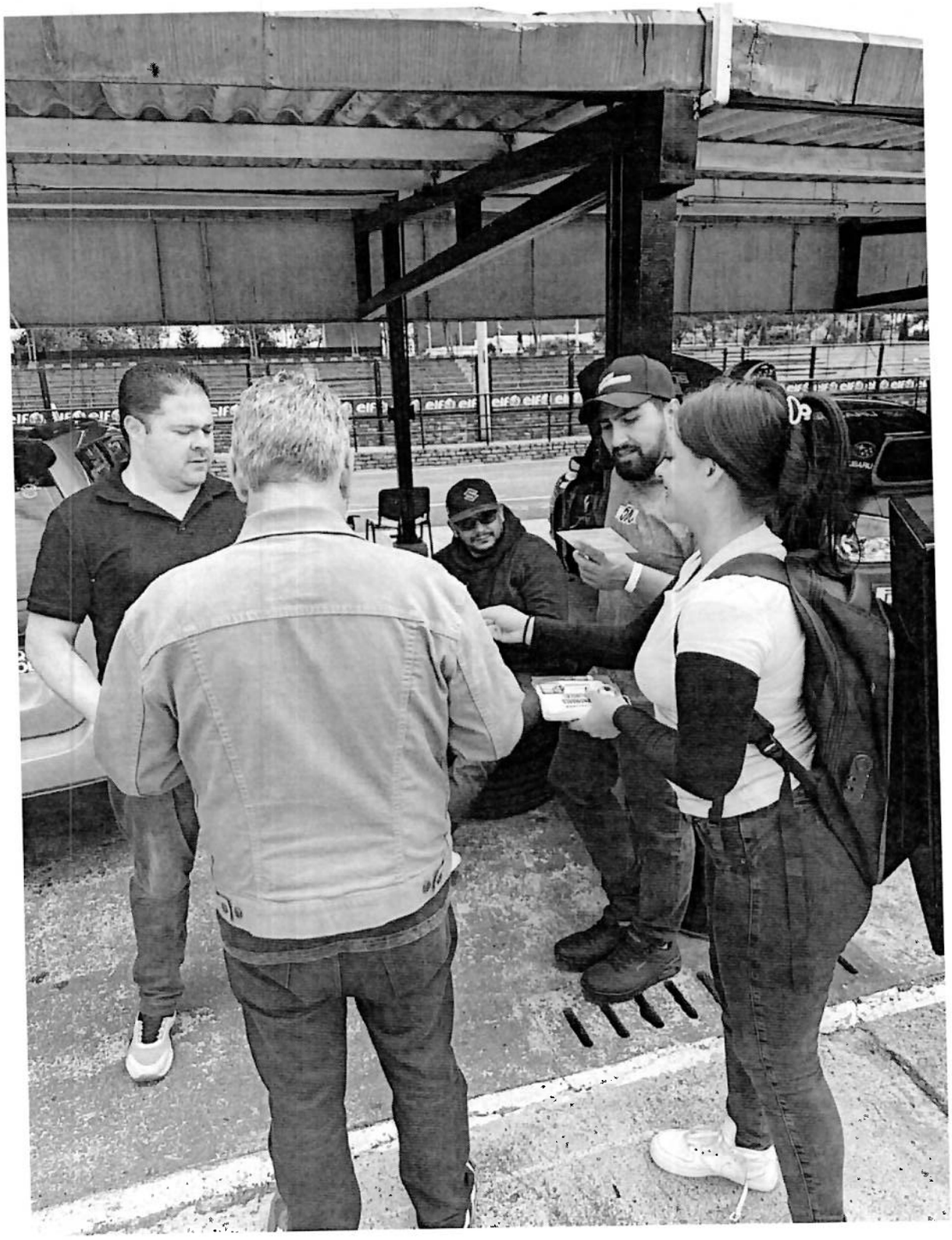

Toto Pistons
GMB
PMS
YAMATO
COLOMBIA
Mobil 1
Mobil 1

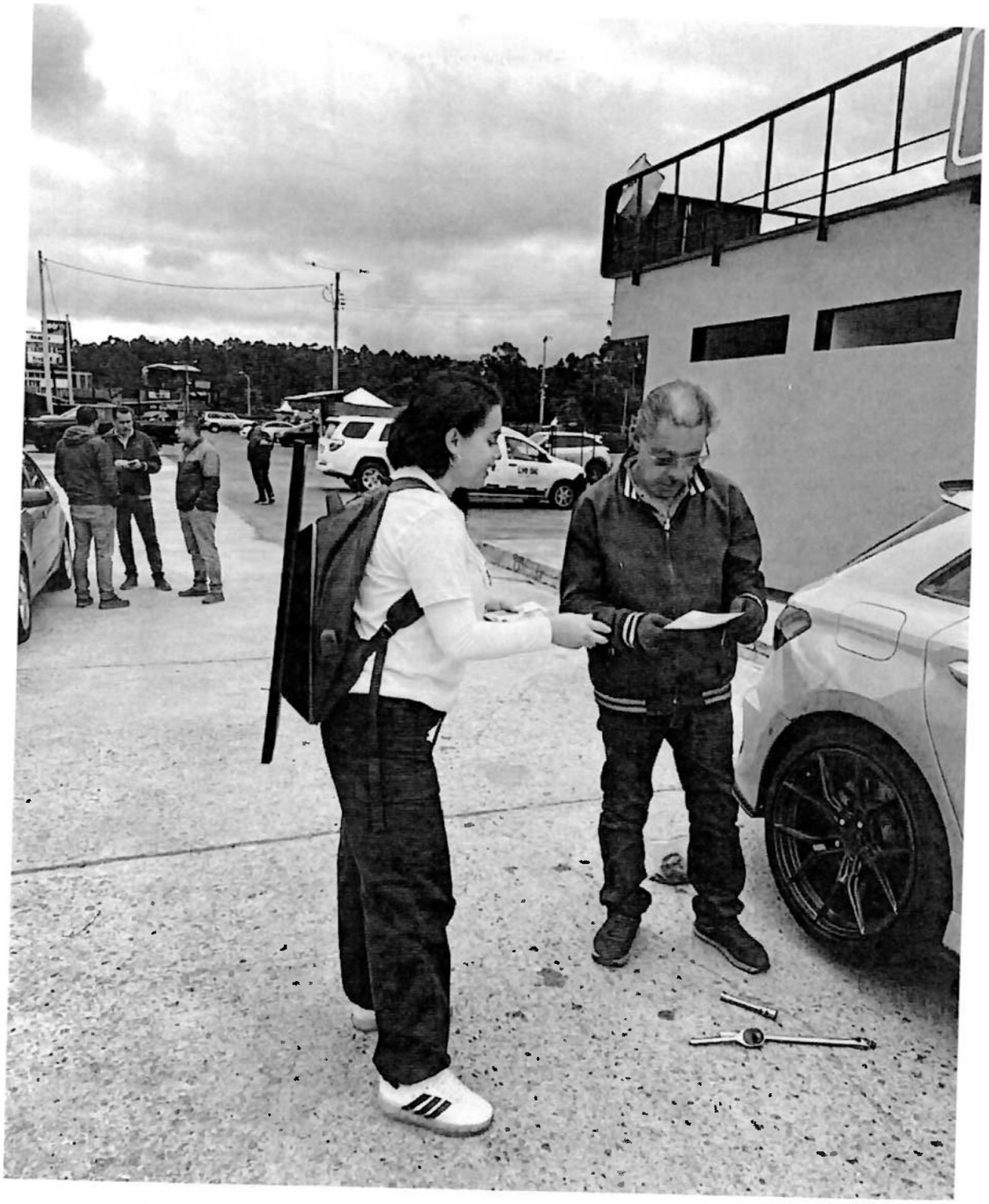


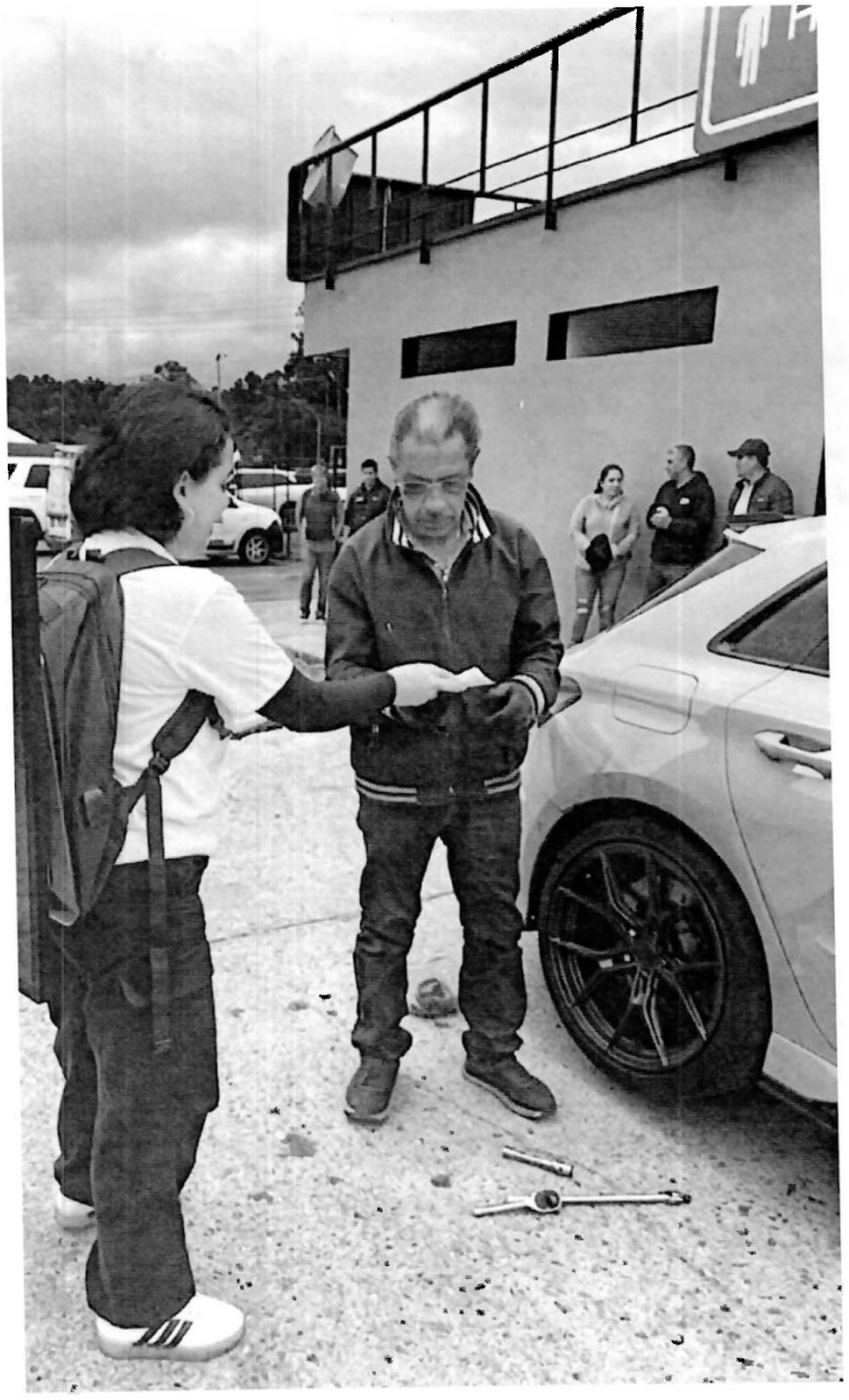

CUNDINAMARCA
ES MUNDIAL
Así como los partidos
tienen un tiempo límite
tus descuentos también
5%
vehicular


18
OMP
PIRELLI
SUBAR
WORLD RALLY TE

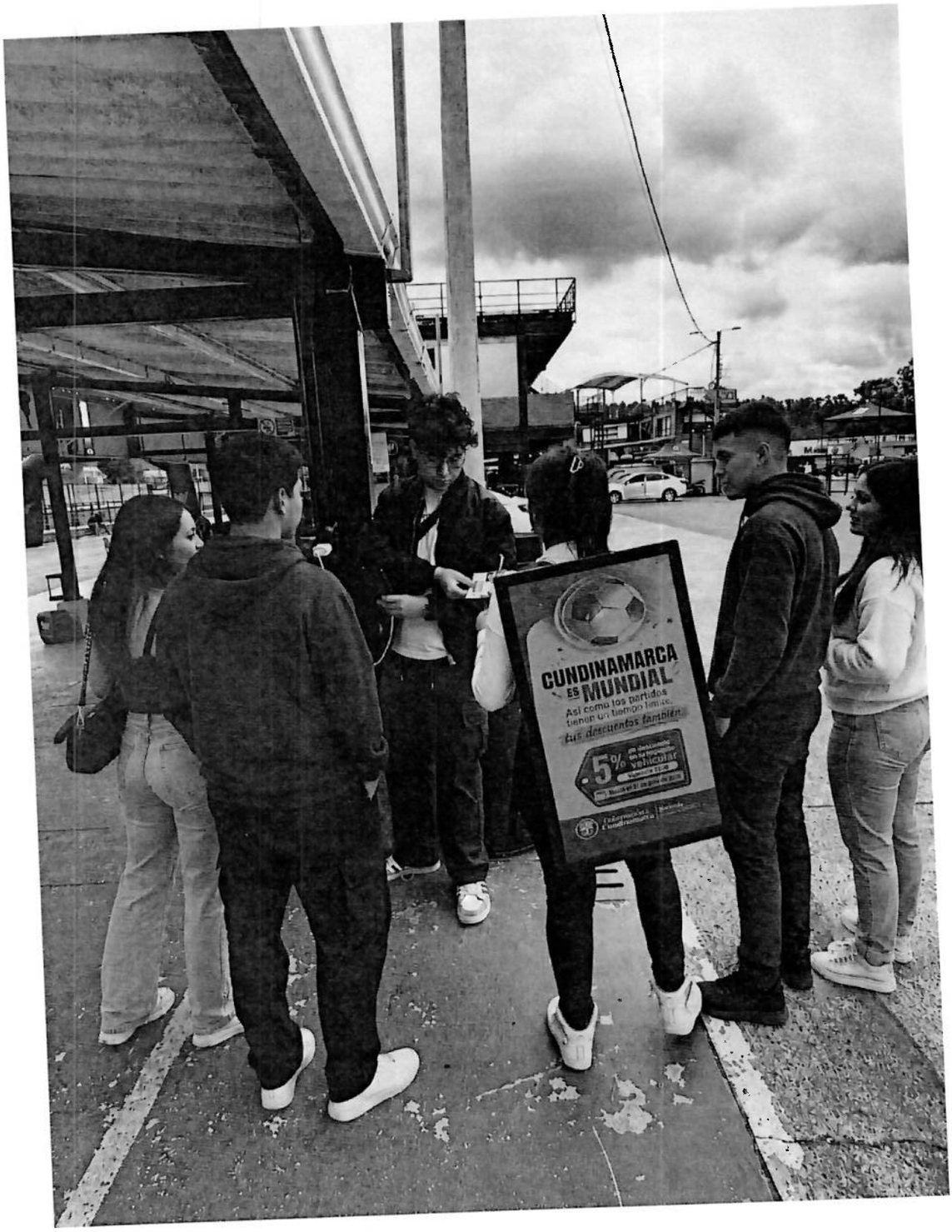

CUNDINAMARCA
MUNDIAL
CUNDINAMARCA
MUNDIAL
GDIES
Un aliado en el cam







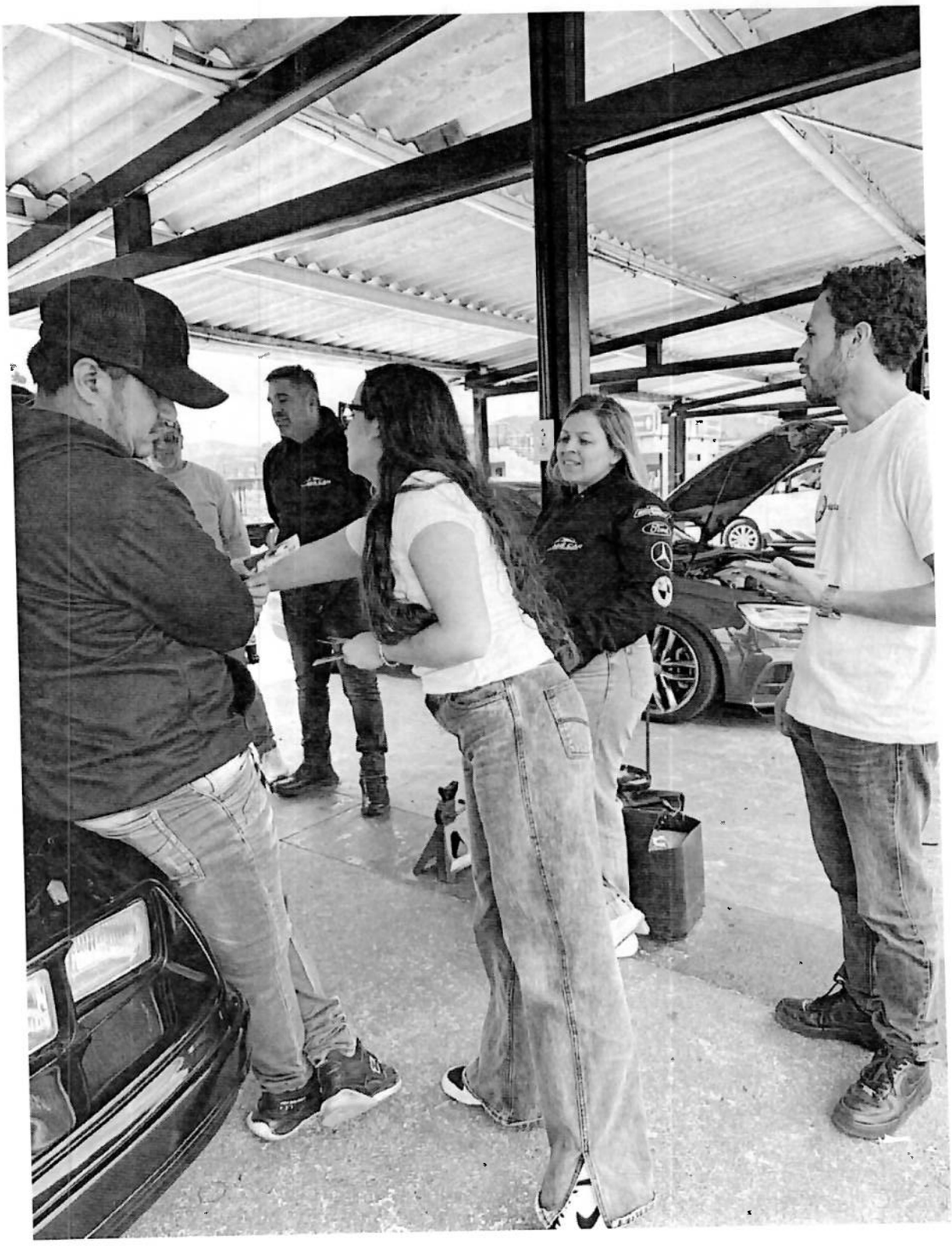



CUNDINAMARCA
ES MUNDIAL
Así como los partidos
tienen un tiempo extra,
tus descuentos también
-5%



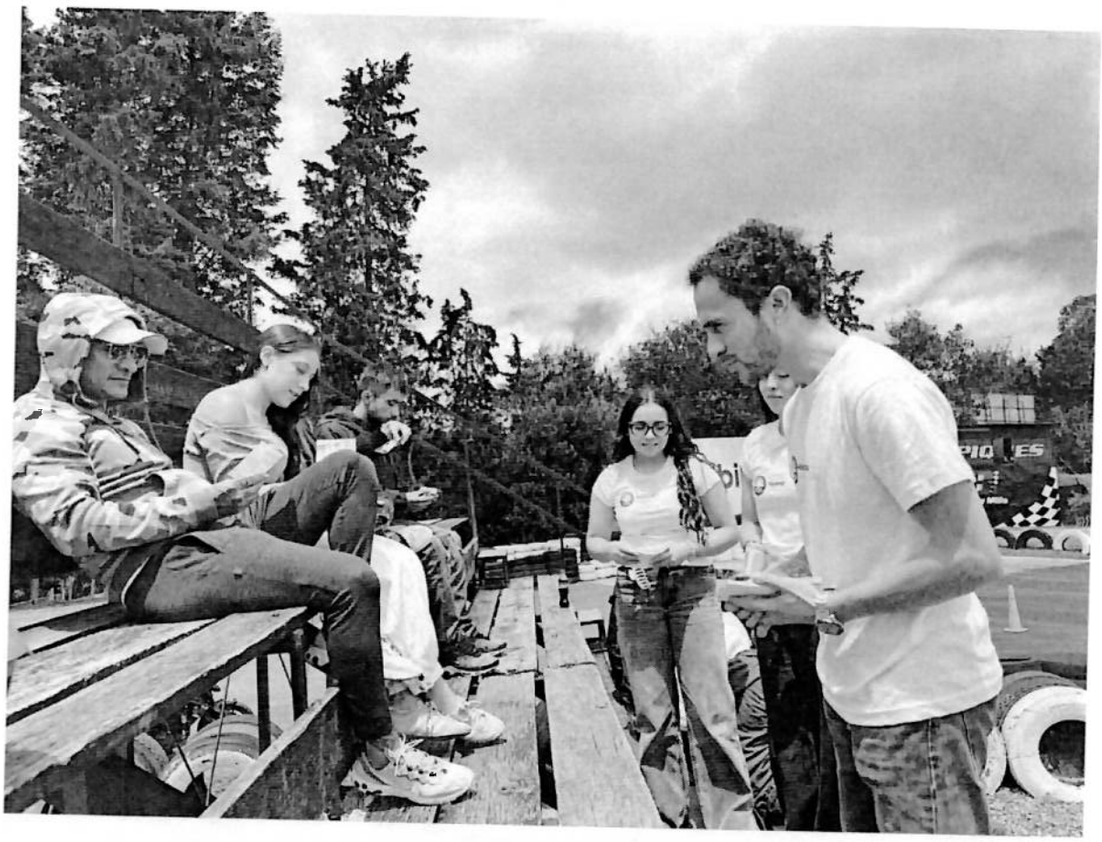






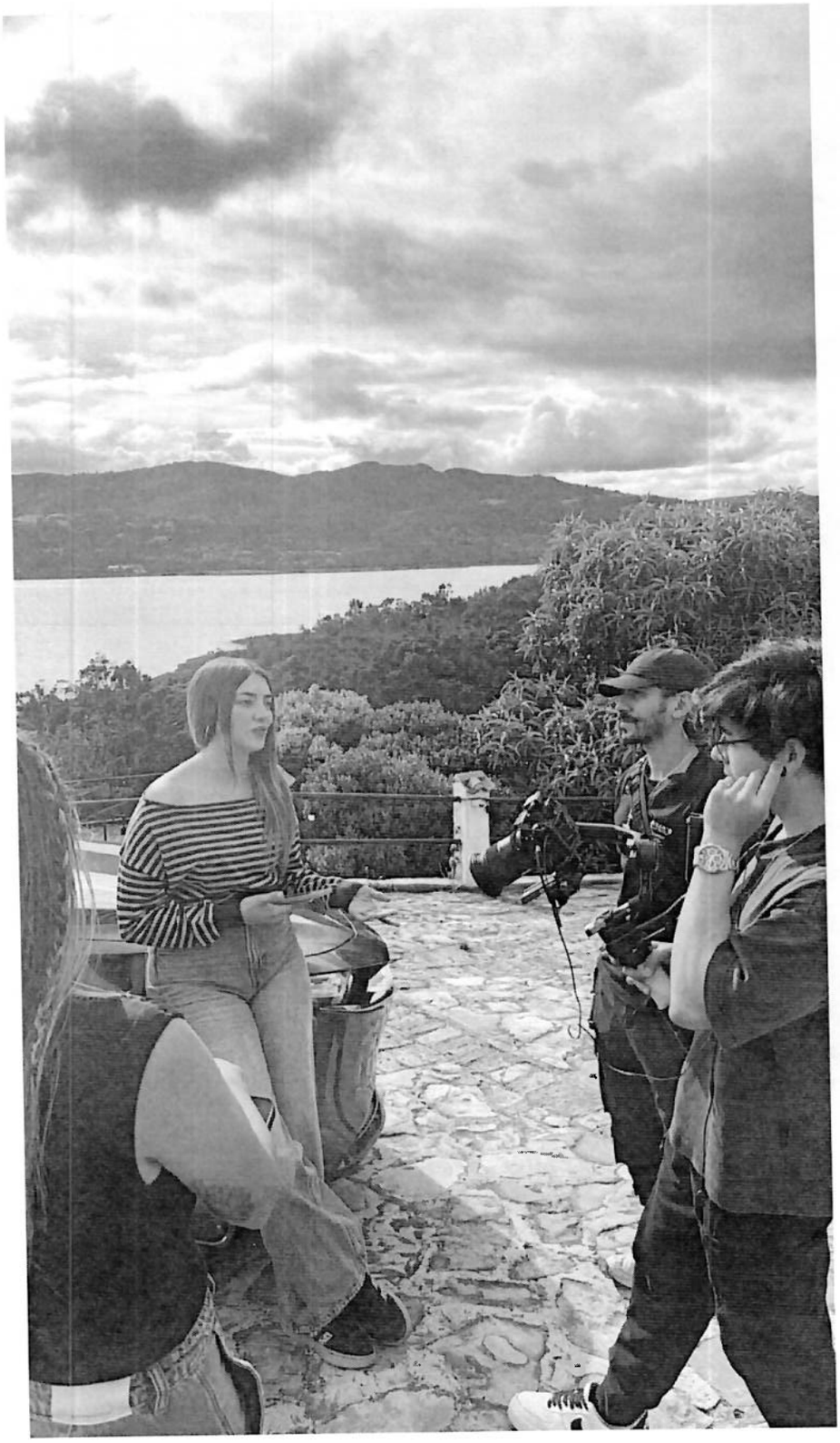

Mobil

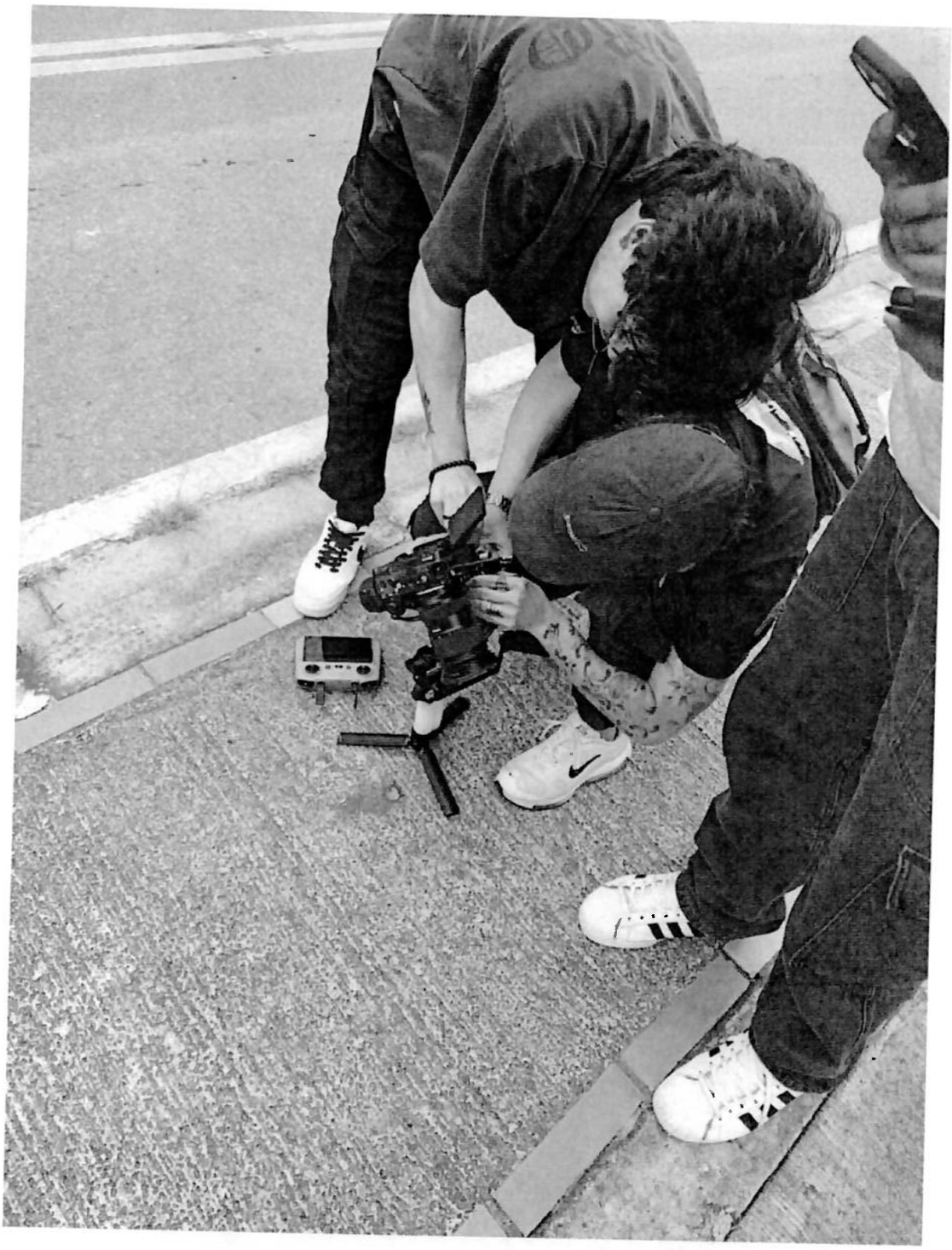


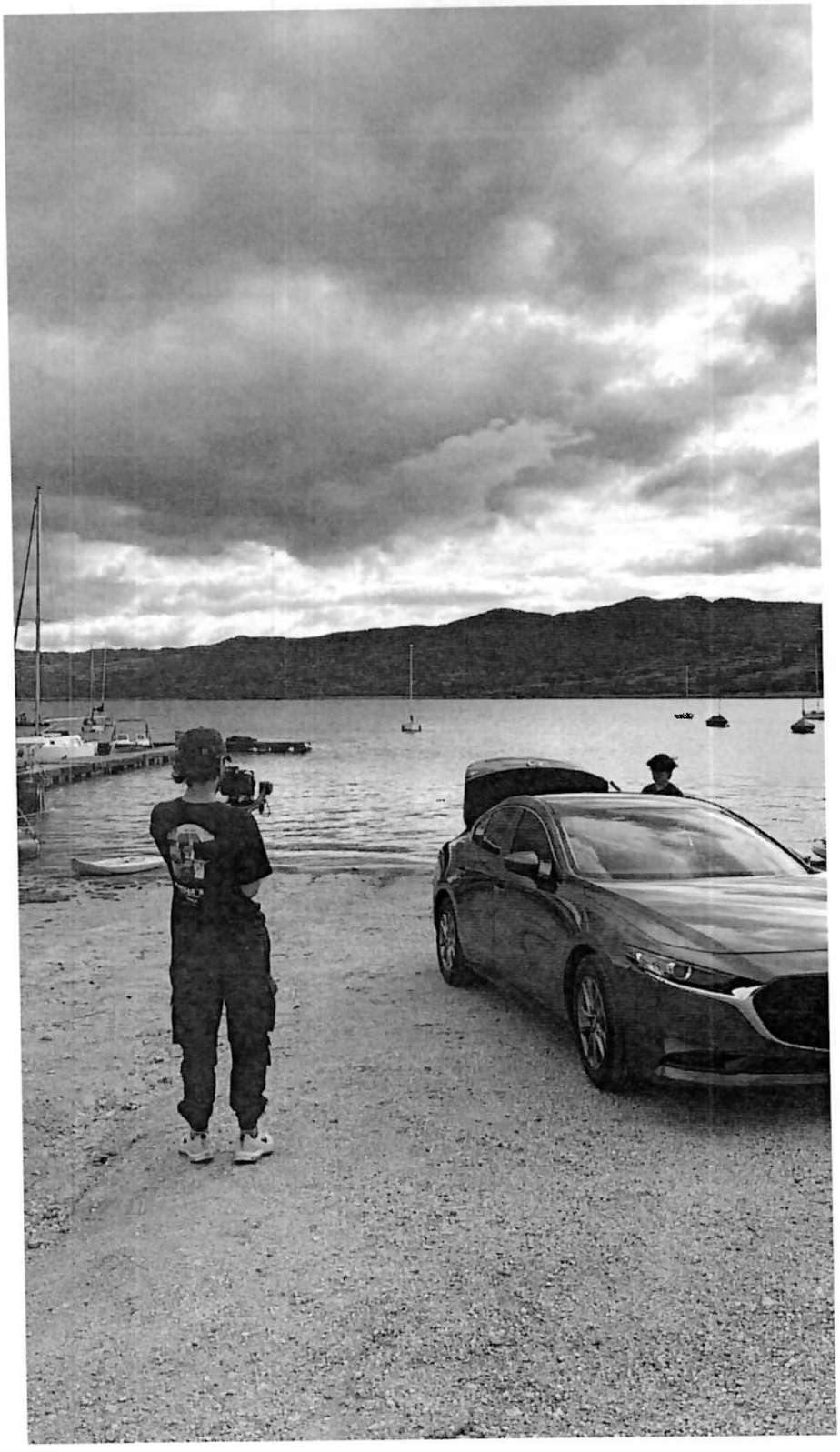


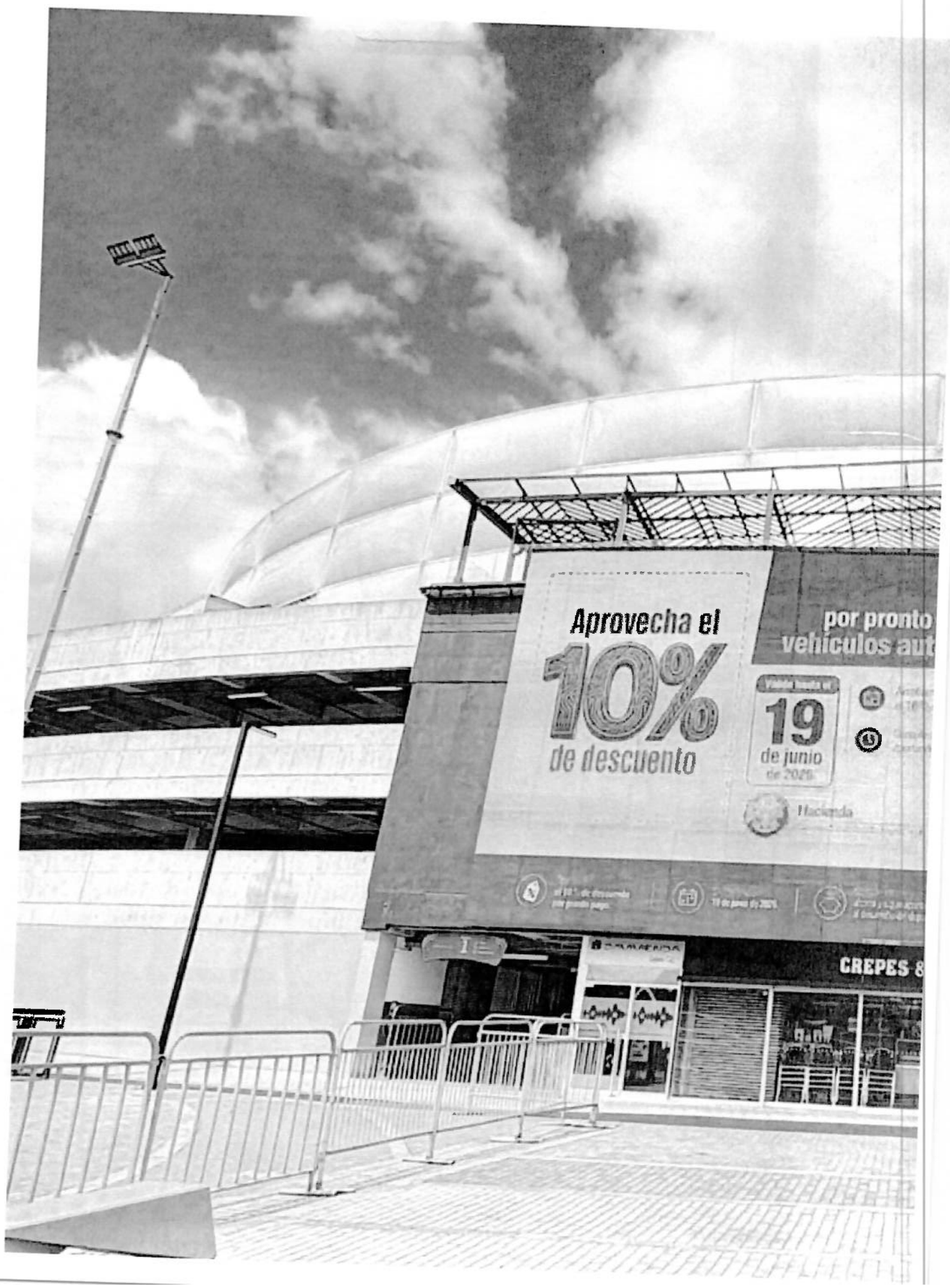




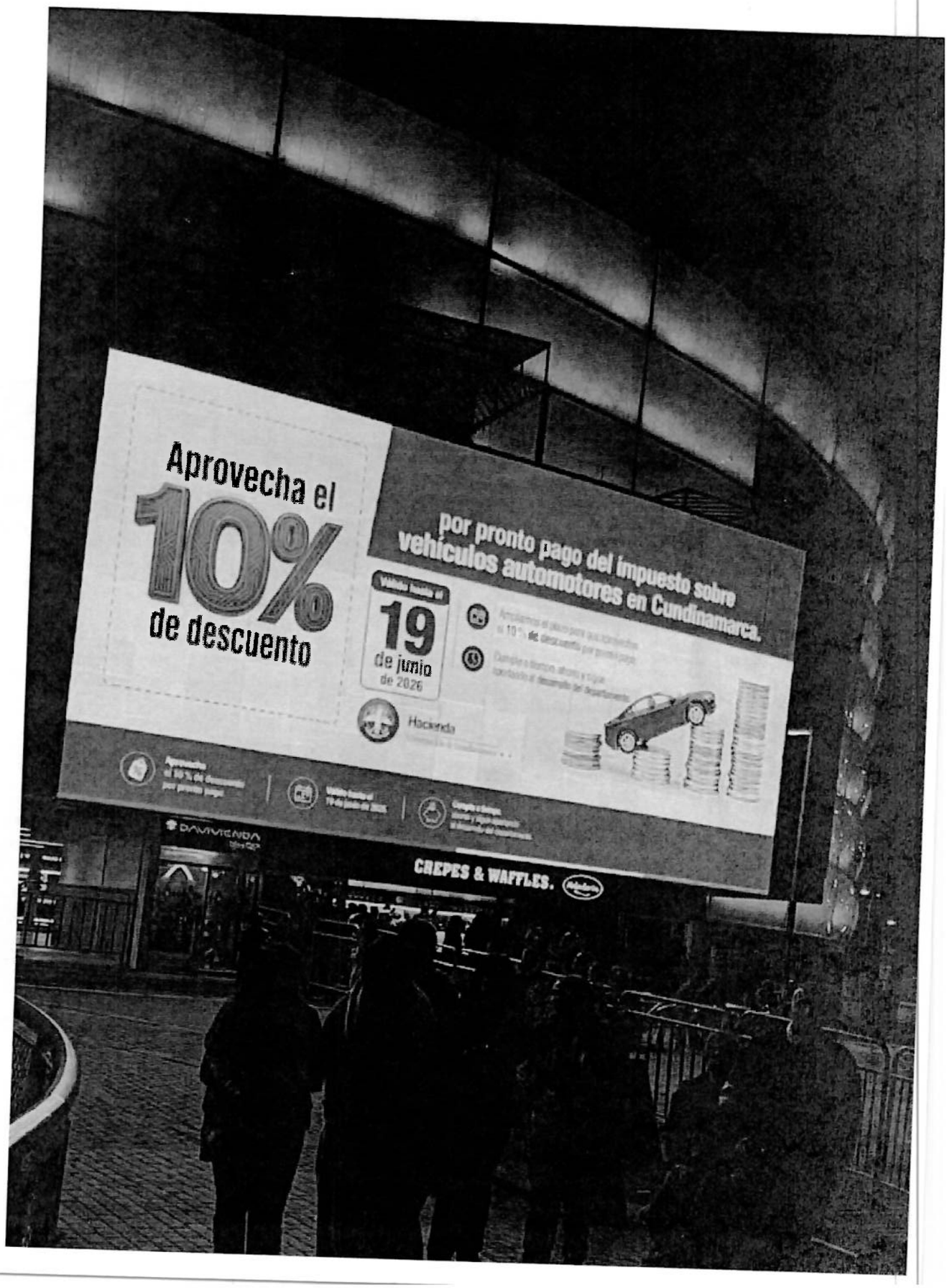







Aprovecha el
10%
de descuento
por pronto
19
de junio
de 2026
Hacienda
CREPES

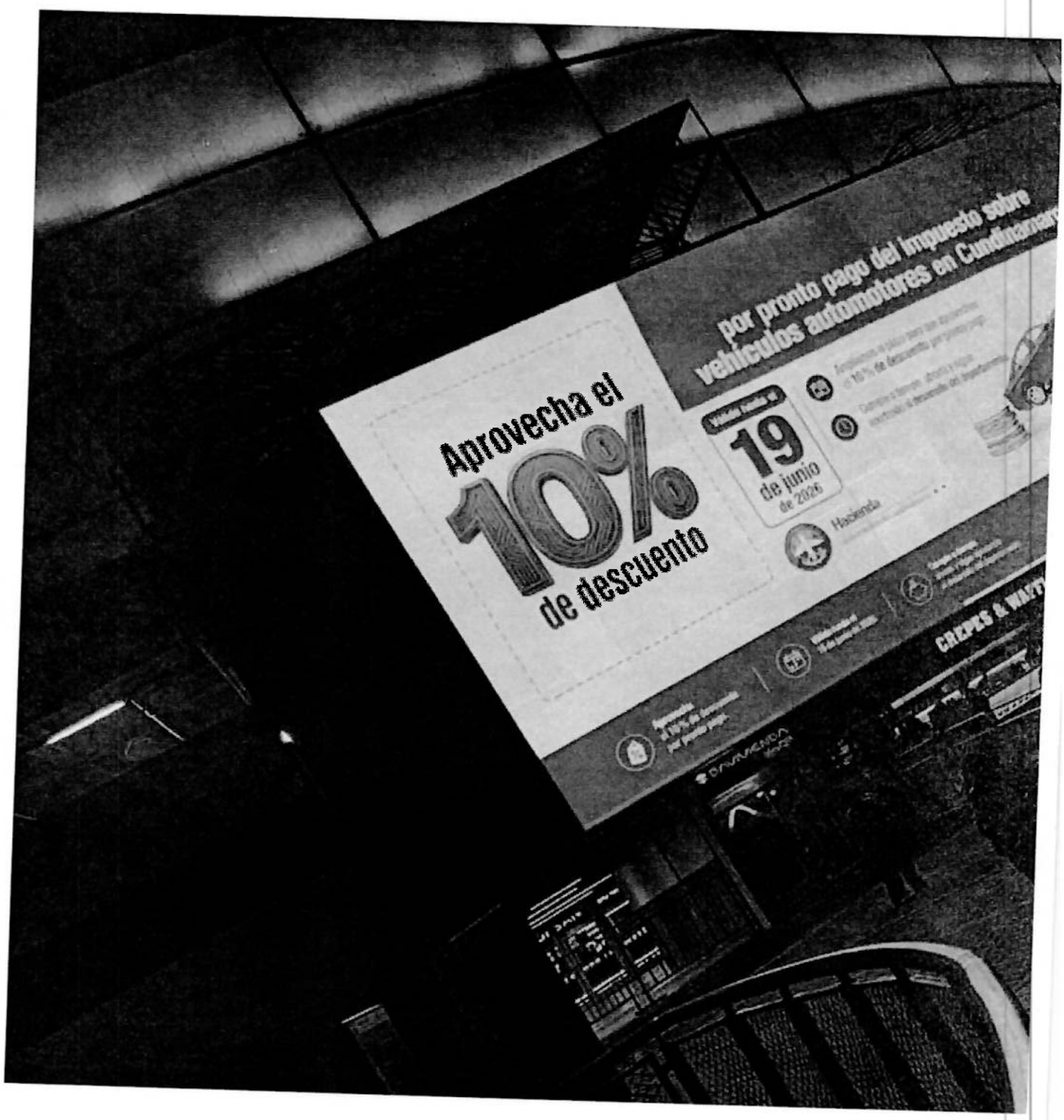

Aprovecha el
10%
de descuento
por pronto pago
vehículos automo
Válido hasta el
19
de junio
de 2026
Hacienda
CREPES & WAFF


Aprovecha el
10%
de descuento
por pronto pago del impuesto sobre vehículos automotores en Cundinamarca.
19
de junio
de 2026
Hacienda
DAVIVIENDA
CREPES & WAFFLES.


Aprovecha el
10%
de descuento
por pronto
vehículos aut
19
de junio
de 2026
Hacienda
CREPES &

Aprovecha el
10%
de descuento
19
de junio
de 2026
Hacienda
CREPES & WAFFLES.

por pronto pago del impuesto sobre
vehículos automotores en Cundinamar
Aprovecha el
10%
de descuento
19
de junio
de 2026
Hacienda
CREPES & WAFF


Aprovecha el
10%
de descuento
por pronto pago del impuesto sobre
vehículos automotores en Cundinamar
19
de junio
de 2026
Hasta
CREPES & WAFF

CERTIFICACION DE PAGOS DE SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES PARAFISCALES

ARTÍCULO 50 DE LA LEY 789 DE 2002

En mi condición de Representante Legal, de CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES identificado con Nit 902045636-1 me permito certificar que de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en Colombia, los estados financieros de la compañía se ha efectuado el pago por concepto de los aportes correspondientes a los sistemas de salud, pensiones, riesgos profesionales, cajas de compensación familiar, Instituto Colombiano de Bienestar familiar (ICBF) y Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), durante los últimos seis (6) meses. Lo anterior, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002.

Dada en Mosquera, a los 03 días del mes de julio de 2026

KAROL BARRETO BERNAL
Representante legal
C.c 1.073.526.241

CERTIFICACION PAGO PARAFISCALES

CERTIFICACIÓN DE PAGOS DE SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES PARAFISCALES

ARTÍCULO 50 DE LA LEY 789 DE 2002

Para dar cumplimiento a lo previsto en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, el suscrito Representante Legal, Karol Juliana Barreto Bernal, de la sociedad Umbog Consulting & Services SAS, identificada con NIT No. 901.557.038-9, se permite certificar que la mencionada sociedad ha realizado los pagos legalmente exigibles correspondientes a los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, razón por la cual la referida sociedad se encuentra al día en el pago de aportes a seguridad social y aportes parafiscales. Así mismo es válido precisar que la Sociedad que represento no se encuentra obligada a tener revisor fiscal.

Dado en Mosquera - Cundinamarca, a los 01 días del mes de junio de 2026.

Cordialmente,

KAROL JULIANA BARRETO BERNAL
Representante legal
Umbog Consulting & Services S.A.S
umbogcs@gmail.com

IRIS PRESSE S.A.S
Nit: 901312359-6
irispressesas@gmail.com

IRIS PRESSE

CERTIFICACIÓN DE PAGOS DE SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES PARAFISCALES

ARTICULO 50 LEY 789 DE 2002

En mi condición de Representante Legal, de IRIS PRESSE SAS identificada con Nit 901312359-6 debidamente inscrito en la Cámara de Comercio de me permito certificar que de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en Colombia, los estados financieros de la compañía se ha efectuado el pago por concepto de los aportes correspondientes a los sistemas de salud, pensiones, riesgos profesionales, cajas de compensación familiar, Instituto Colombiano de Bienestar familiar (ICBF) y Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), durante los últimos seis (6) meses. Lo anterior, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002.

Dada en Mosquera, a los 3 días del mes de julio de 2026

Gloria Amparo Zuluaga Montoya
C.C No.39.761.797
Representante Legal



FECHA DE NACIMIENTO 22-SEP-1968

PUERTO BOYACA
(BOYACA)
LUGAR DE NACIMIENTO

1.64 A+ F
ESTATURA G.S. RH SEXO

16-AGO-1991 BOGOTA D.C
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICION

REGISTRADOR NACIONAL
CARLOS ARIEL SÁNCHEZ TORRES

INDICE DERECHO

A-1500150-00201306-F [illegible]7-20091202 0018563360A 1 29201909



REPUBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACION PERSONAL
CEDULA DE CIUDADANIA

39.761.797
ZULUAGA MONTOYA

GLORIA AMPARO

REPÚBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACIÓN PERSONAL
CÉDULA DE CIUDADANÍA

NÚMERO **1.073.526.241**

BARRETO BERNAL

APELLIDOS

KAROL JULIANA

NOMBRES

FIRMA





ÍNDICE DERECHO

FECHA DE NACIMIENTO **08-DIC-1998**

FUNZA
(CUNDINAMARCA)
LUGAR DE NACIMIENTO

1.65
ESTATURA

O+
G.S. RH

F
SEXO

20-DIC-2016 FUNZA
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICIÓN

REGISTRADOR NACIONAL
ALEXANDER VEGA ROCHA

A-1506800-01293586-F-1073526241-20220430 **0078975853A 1** 8504543631

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS ECONÓMICOS

Yo Karol Juliana Barreto Bernal mayor de edad, domiciliado y residente en la ciudad de Funza, identificada con la Cédula de Ciudadanía No. 1.073.526.241 actuando en calidad de Representante Legal del **CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES** y así mismo de **Umbog Consulting & Services S.A.S** persona jurídica de acuerdo con el Certificado de Existencia y Gloria Amparo Zuluaga Montoya, mayor de edad, domiciliado y residente en la ciudad de Bogotá identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 39.761.797, actuando en calidad de Representante Legal de **Iris Presse S.A.S** persona jurídica de acuerdo con el Certificado de Existencia, hemos convenido realizar el presente contrato de cesión de derechos económicos del **CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES** a **Umbog Consulting & Services S.A.S**, en el marco de la ejecución del contrato SH-SA-PS-369-2026, de acuerdo con los siguientes términos,

CONSIDERACIONES:

PRIMERA. Que, el día 12 de marzo de 2026, el **CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES**, (en adelante **EL CEDENTE**), suscribió con la entidad **DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA – SECRETARÍA DE HACIENDA**, (en adelante denominada **LA ENTIDAD**), el contrato de prestación de servicios No. SH-SA-PS-369-2026, cuyo objeto es ***"EJECUTAR EL PLAN DE MEDIOS DEPARTAMENTAL QUE MAXIMICE LA VISIBILIDAD, IMPACTO Y DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES SOBRE IMPUESTO AL CONSUMO Y SOBRE VEHÍCULOS AUTOMOTORES."***

SEGUNDA. El valor del contrato SH-SA-PS-369-2026, asciende hasta la suma de cuatro mil quinientos millones de pesos M/CTE ($4.500.000.000 M/CTE) y se pagará, de conformidad con los términos del contrato.

CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES

TERCERA. Por ser de interés para las dos partes del presente acuerdo de cesión, **EL CEDENTE** desea ceder el valor equivalente al cien por ciento (100%) del valor de los derechos económicos mas no las obligaciones a **UMBOG CONSULTING & SERVICES S.A.S,** (en adelante **EL CESIONARIO**) y ésta última está interesada en aceptar la cesión.

CUARTA. Los representantes de las partes manifiestan tener capacidad suficiente para obligar a las sociedades representadas en este acuerdo.

QUINTA. Para el presente contrato, se requiere la aceptación de las dos partes del CONSORCIO, con el fin de que sea una aceptación plena e imparcial frente al actuar integral del CONSORCIO y Umbog Consulting & Services S.A.S.

De conformidad con lo anterior, las partes de mutuo acuerdo pactan una cesión de derechos económicos, conforme a las siguientes:

CLÁUSULAS:

CLÁUSULA PRIMERA. CESIÓN DE DERECHOS ECONÓMICOS: CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES cede y transfiere en forma irrevocable y definitiva a **UMBOG CONSULTING & SERVICES S.A.S** por medio del presente documento el cien por ciento (100%) de sus derechos económicos, mas no las obligaciones, contenidos el contrato SH-SA-PS-369-2026.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los derechos económicos cedidos corresponden a la prestación de los servicios válidamente contratados y que **EL CEDENTE** se compromete a ejecutar en tiempo y forma de conformidad con el contrato.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Las facturas que **EL CEDENTE** emita y radique ante La entidad **DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA – SECRETARÍA DE HACIENDA** para su respectivo pago serán endosadas a favor de **EL CESIONARIO** si este lo requiriere.

CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES

CLÁUSULA SEGUNDA. CONDICIONES Y LEGITIMIDAD DE LOS DERECHOS CEDIDOS: El CEDENTE declara que es el único titular de los derechos patrimoniales que por este acto son cedidos y, en consecuencia, puede disponer de ellos sin ningún tipo de limitación o gravamen. En todo caso, **EL CEDENTE** acepta que responderá por cualquier reclamo que se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad **AL CESIONARIO.**

CLÁUSULA TERCERA. INSTRUCCIÓN DE PAGO: EL CEDENTE se compromete a notificar a la entidad **DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA – SECRETARÍA DE HACIENDA,** a más tardar dentro de los tres días siguientes a la fecha del presente documento, sobre la cesión de los derechos con el fin de que autorice el pago directamente a **UMBOG CONSULTING & SERVICES S.A.S,** con la instrucción para que los pagos se hagan a la siguiente cuenta de ahorros del banco Davivienda, No. 462100111014. El monto total para consignar en esta cuenta es la cantidad facturada por el CEDENTE, en el marco de ejecución del contrato SH-SA-PS-369-2026.El aviso de que trata la presente cláusula deberá incluir copia del presente contrato de cesión con el fin de que el **CONSORCIO PLAN DE** de cumplimiento a cada uno de los pagos tal como se prevé en el parágrafo primero siguiente.

PARÁGRAFO PRIMERO: Procedimiento para el pago al Cesionario: De cada factura que El cedente presente a La Entidad en desarrollo o ejecución de las obligaciones contenidas en el precitado contrato, **EL CEDENTE** se compromete a dar aviso dentro de los tres días siguientes a la radicación de la factura, a **EL CESIONARIO**, enviando copia de la respectiva factura y avisará a La Entidad para que el cien por ciento (100%) de su valor sea pagado directamente a **EL CESIONARIO.**

PARÁGRAFO SEGUNDO: Si por alguna razón, a pesar de la notificación que se le haga sobre la cesión, **LA ENTIDAD** llegare a realizar alguno de estos pagos a **EL CEDENTE** este último deberá en un término no mayor de cinco (5) días calendario, reembolsar dichas sumas de dinero a **UMBOG CONSULTING & SERVICES S.A.S** a la cuenta de ahorros descrita en la presente cláusula.

CLÁUSULA CUARTA. ACEPTACIÓN: EL CESIONARIO acepta la cesión de los derechos económicos contenidos en la Orden de compra Cedida. Por consiguiente, con la suscripción de este documento **EL CESIONARIO** adquiere todos los derechos que de él se derivan.

CLÁUSULA QUINTA. INCUMPLIMIENTO: En caso de cualquier incumplimiento del pago de las obligaciones cedidas, **EL CESIONARIO** podrá iniciar cualquier acción judicial o administrativa para el cobro de las obligaciones, sin necesidad de consentimiento del **CEDENTE.**

CLÁUSULA SEXTA. MODIFICACIONES: EL CEDENTE no podrá hacer cambios o modificaciones al Contrato Cedido o a las obligaciones cedidas, sin previo consentimiento expreso y escrito del **CESIONARIO.**

CLÁUSULA SEPTIMA. PERFECCIONAMIENTO: El presente contrato se perfecciona con la firma de las partes.

Para constancia, se suscribe en la ciudad de Mosquera, a los veintiséis (04) días del mes de mayo de 2026 en dos ejemplares del mismo tenor.

KAROL BARRETO BERNAL
Representante legal
UMBOG CONSULTING & SERVICES S.A.S

GLORIA ZULUAGA MONTOYA
Representante legal
IRIS PRESSE S.A.S

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS ECONÓMICOS

Yo Karol Juliana Barreto Bernal mayor de edad, domiciliado y residente en la ciudad de Funza, identificada con la Cédula de Ciudadanía No. 1.073.526.241 actuando en calidad de Representante Legal del **CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES** y así mismo de **Umbog Consulting & Services S.A.S** persona jurídica de acuerdo con el Certificado de Existencia y Gloria Amparo Zuluaga Montoya, mayor de edad, domiciliado y residente en la ciudad de Bogotá identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 39.761.797, actuando en calidad de Representante Legal de **Iris Presse S.A.S** persona jurídica de acuerdo con el Certificado de Existencia, hemos convenido realizar el presente contrato de cesión de derechos económicos del **CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES** a **Umbog Consulting & Services S.A.S,** en el marco de la ejecución del contrato SH-SA-PS-369-2026, de acuerdo con los siguientes términos,

CONSIDERACIONES:

PRIMERA. Que, el día 12 de marzo de 2026, el **CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES**, (en adelante **EL CEDENTE**), suscribió con la entidad **DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA – SECRETARÍA DE HACIENDA**, (en adelante denominada **LA ENTIDAD**), el contrato de prestación de servicios No. SH-SA-PS-369-2026, cuyo objeto es ***"EJECUTAR EL PLAN DE MEDIOS DEPARTAMENTAL QUE MAXIMICE LA VISIBILIDAD, IMPACTO Y DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES SOBRE IMPUESTO AL CONSUMO Y SOBRE VEHÍCULOS AUTOMOTORES."***

SEGUNDA. El valor del contrato SH-SA-PS-369-2026, asciende hasta la suma de cuatro mil quinientos millones de pesos M/CTE ($4.500.000.000 M/CTE) y se pagará, de conformidad con los términos del contrato.

CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES

TERCERA. Por ser de interés para las dos partes del presente acuerdo de cesión, **EL CEDENTE** desea ceder el valor equivalente al cien por ciento (100%) del valor de los derechos económicos mas no las obligaciones a **UMBOG CONSULTING & SERVICES S.A.S,** (en adelante **EL CESIONARIO**) y ésta última está interesada en aceptar la cesión.

CUARTA. Los representantes de las partes manifiestan tener capacidad suficiente para obligar a las sociedades representadas en este acuerdo.

QUINTA. Para el presente contrato, se requiere la aceptación de las dos partes del CONSORCIO, con el fin de que sea una aceptación plena e imparcial frente al actuar integral del CONSORCIO y Umbog Consulting & Services S.A.S.

De conformidad con lo anterior, las partes de mutuo acuerdo pactan una cesión de derechos económicos, conforme a las siguientes:

CLÁUSULAS:

CLÁUSULA PRIMERA. CESIÓN DE DERECHOS ECONÓMICOS: CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES cede y transfiere en forma irrevocable y definitiva a **UMBOG CONSULTING & SERVICES S.A.S** por medio del presente documento el cien por ciento (100%) de sus derechos económicos, mas no las obligaciones, contenidos el contrato SH-SA-PS-369-2026.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los derechos económicos cedidos corresponden a la prestación de los servicios válidamente contratados y que **EL CEDENTE** se compromete a ejecutar en tiempo y forma de conformidad con el contrato.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Las facturas que **EL CEDENTE** emita y radique ante La entidad **DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA – SECRETARÍA DE HACIENDA** para su respectivo pago serán endosadas a favor de **EL CESIONARIO** si este lo requiriere.

CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES

CLÁUSULA SEGUNDA. CONDICIONES Y LEGITIMIDAD DE LOS DERECHOS CEDIDOS: El CEDENTE declara que es el único titular de los derechos patrimoniales que por este acto son cedidos y, en consecuencia, puede disponer de ellos sin ningún tipo de limitación o gravamen. En todo caso, **EL CEDENTE** acepta que responderá por cualquier reclamo que se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad **AL CESIONARIO.**

CLÁUSULA TERCERA. INSTRUCCIÓN DE PAGO: EL CEDENTE se compromete a notificar a la entidad **DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA – SECRETARÍA DE HACIENDA,** a más tardar dentro de los tres días siguientes a la fecha del presente documento, sobre la cesión de los derechos con el fin de que autorice el pago directamente a **UMBOG CONSULTING & SERVICES S.A.S,** con la instrucción para que los pagos se hagan a la siguiente cuenta de ahorros del banco Davivienda, No. 462100111014. El monto total para consignar en esta cuenta es la cantidad facturada por el CEDENTE, en el marco de ejecución del contrato SH-SA-PS-369-2026.El aviso de que trata la presente cláusula deberá incluir copia del presente contrato de cesión con el fin de que el **CONSORCIO PLAN DE** de cumplimiento a cada uno de los pagos tal como se prevé en el parágrafo primero siguiente.

PARÁGRAFO PRIMERO: Procedimiento para el pago al Cesionario: De cada factura que El cedente presente a La Entidad en desarrollo o ejecución de las obligaciones contenidas en el precitado contrato, **EL CEDENTE** se compromete a dar aviso dentro de los tres días siguientes a la radicación de la factura, a **EL CESIONARIO**, enviando copia de la respectiva factura y avisará a La Entidad para que el cien por ciento (100%) de su valor sea pagado directamente a **EL CESIONARIO.**

PARÁGRAFO SEGUNDO: Si por alguna razón, a pesar de la notificación que se le haga sobre la cesión, **LA ENTIDAD** llegare a realizar alguno de estos pagos a **EL CEDENTE** este último deberá en un término no mayor de cinco (5) días calendario, reembolsar dichas sumas de dinero a **UMBOG CONSULTING & SERVICES S.A.S** a la cuenta de ahorros descrita en la presente cláusula.

CLÁUSULA CUARTA. ACEPTACIÓN: EL CESIONARIO acepta la cesión de los derechos económicos contenidos en la Orden de compra Cedida. Por consiguiente, con la suscripción de este documento **EL CESIONARIO** adquiere todos los derechos que de él se derivan.

CLÁUSULA QUINTA. INCUMPLIMIENTO: En caso de cualquier incumplimiento del pago de las obligaciones cedidas, **EL CESIONARIO** podrá iniciar cualquier acción judicial o administrativa para el cobro de las obligaciones, sin necesidad de consentimiento del **CEDENTE.**

CLÁUSULA SEXTA. MODIFICACIONES: EL CEDENTE no podrá hacer cambios o modificaciones al Contrato Cedido o a las obligaciones cedidas, sin previo consentimiento expreso y escrito del **CESIONARIO.**

CLÁUSULA SEPTIMA. PERFECCIONAMIENTO: El presente contrato se perfecciona con la firma de las partes.

Para constancia, se suscribe en la ciudad de Mosquera, a los veintiséis (04) días del mes de mayo de 2026 en dos ejemplares del mismo tenor.

KAROL BARRETO BERNAL
Representante legal
UMBOG CONSULTING & SERVICES S.A.S

GLORIA ZULUAGA MONTOYA
Representante legal
IRIS PRESSE S.A.S

INFORME DE SUPERVISIÓN DEL CONTRATO O CONVENIO N° SH-SA-PS-369-2026

Informe Parcial ___X___ / No. Del Informe 3	Informe Final _____
Periodo del Informe: Del 01.06.2026 hasta el 30.06.2026	
Fecha en la que se rinde el informe :	09.07.2026

1. INFORMACIÓN GENERAL DEL CONTRATO O CONVENIO

Contratista:	CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES
NIT / C.C.:	9020456361
Supervisor:	JOSE GILBERTO HERNÁNDEZ LÓPEZ
Cargo:	ASESOR
Objeto del Contrato o Convenio:	EJECUTAR EL PLAN DE MEDIOS DEPARTAMENTAL QUE MAXIMICE LA VISIBILIDAD, IMPACTO Y DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES SOBRE IMPUESTO AL CONSUMO Y SOBRE VEHICULOS AUTOMOTORES
Fecha de Suscripción de Contrato o Convenio:	11.03.2026
Fecha de Inicio del Contrato o Convenio	12.03.2026
Certificado de Disponibilidad Presupuestal	7100079027
Registro Presupuestal	4600037646
Valor Inicial del Contrato o Convenio	$4,500,000,000
Adición	$0
Vigencia Futura	$0
Pasivo Exigible	$0
Valor Total del Contrato	$4,500,000,000
Plazo de Ejecución Inicial	HASTA EL 31.12.2026
Prorroga No.	0
Plazo de Ejecución Final	HASTA EL 31.12.2026
Fecha De Terminación del Contrato o Convenio	31.12.2026
Suspensión (según aplique)	NO
Fecha De suspensión (si se llevó a cabo)	
Fecha De reinicio (si se llevó a cabo)	
Cesión / Terminación Anticipada	NO
Aseguradora	MUNDIAL DE SERGUROS S.A.
Garantía de Cumplimiento	SI
Póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual	N/A

2. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS:

Porcentaje de avance: 48%

2.1. 8.1. Cumplir con todas y cada una de las obligaciones derivadas del Anexo Técnico No. 1;
8.2. Presentar los reportes y demás registros relacionados en los entregables establecidos en el anexo técnico;
8.3. Establecer contacto con las emisoras comunitarias y comerciales del departamento a fin de continuar con la divulgación y difusión de contenido institucionales en medios regionales entre los cuales están incluidos las páginas web, programas de radio, emisoras e impresos que sean requeridos por la Secretaría de Hacienda, de acuerdo a los requerimientos técnicos que se realicen a través del comité técnico, que circulan en las regiones, en los que se registren las actividades y contenido informativo y noticioso que se originen desde la Secretaría de Hacienda;

8.4. Gestionar las acciones necesarias tendientes a lograr la consecución de las actividades logísticas que incluyan el despliegue operativo y administrativo que vinculen a todos los actores que interactúan en la gestión de las comunicaciones de la Secretaría de Hacienda;
8.5. Atender los requerimientos y solicitudes efectuadas por el Departamento, según los protocolos y plan de comunicaciones que se establezca para la ejecución de los servicios contratados;
8.6. Pagar a los proveedores de acuerdo con los plazos y valores establecidos en las negociaciones comerciales que realice. Las condiciones comerciales que se pacten con los proveedores serán de su responsabilidad y por ningún motivo podrán trasladarse las mismas a la Gobernación de Cundinamarca, ni condicionar el cumplimiento a las condiciones de pago establecidas por el proveedor, tal como lo es el caso de los pagos anticipados;
8.7. Presentar informes mensuales sobre la ejecución del contrato, en los cuales se pueda verificar avance de este y los recursos ejecutados; 8.8. Vigilar y verificar la correcta ublicación de la información en medios de comunicación de acuerdo con los lineamientos dictados por la entidad y garantizando que se difundan estrictamente en cuanto a medios ordenados, horarios solicitados, frecuencia, precios acordados en los respectivos contratos;
8.9. Presentar un informe final de la ejecución del contrato; 8.10. Conservar total confidencialidad sobre la información puesta a su disposición.;
8.11 Las demás inherentes conforme a la naturaleza y alcance del presente contrato, el anexo de las especificaciones y la oferta :

3. PAGOS EFECTUADOS EN EL DESARROLLO DEL CONTRATO O CONVENIO

DOCUMENTO DE PAGO	FECHA	VALOR
3300147094	12.05.2026	$996,600,000
3300150816	04.06.2026	$547,422,834

4. BALANCE FINANCIERO DEL CONTRATO O CONVENIO (ESTE PUNTO SOLO APLICA PARA EL INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN)

NO APLICA

5. RENDIMIENTOS FINANCIEROS (ESTE PUNTO SOLO APLICA PARA EL INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN)

NO APLICA

6. RESPONSABLE DEL CIERRE DEL EXPEDIENTE DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN (ESTE PUNTO SOLO APLICA EN LOS CASOS DE OBLIGACIONES POSTERIORES A LA LIQUIDACIÓN)

No Aplica

7. RECOMENDACIONES Y OBSERVACIONES

Una vez revisadas todas y cada una de las actividades asignadas para el periodo a certificar se deja constancia que las mismas fueron ejecutadas por el contratista y se autoriza y ordena pagar la suma de 585.127.361 M/CTE, correspondiente a la cuenta de cobro N. 03 del contrato SH-SA-PS-369-2026 del periodo comprendido entre el 1 al 30 de junio de 2026,

Dr. JOSE GILBERTO HERNANADEZ LOPEZ , Asesor - Secretaria de Hacienda.

JOSE GILBERTO HERNÁNDEZ LÓPEZ
ASESOR

5301687351 5301687285
3300157042 3300157019

DAVIVIENDA

Banco Davivienda S.A.

CERTIFICACION

MOSQUERA (CUNDINAMARCA), CUNDINAMARCA, 25/06/2026

Por medio de la presente hacemos constar que nuestro cliente **UMBOG CONSULTING & SERVICES SAS** con **NIT 901.557.038-9** posee en el Banco Davivienda:

CUENTA DE AHORROS DAMAS
Número 462100111014

Cordialmente,

BANCO DAVIVIENDA

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Gobernación de Cundinamarca	GESTIÓN CONTRACTUAL Y COMPRA PÚBLICA	CÓDIGO: E-GCCP-FR-033
	RECIBO A SATISFACCIÓN Y CERTIFICADO PARA PAGO DE CONTRATOS/CONVENIOS	VERSIÓN: 06
		FECHA: 04/09/2025

El suscrito secretario(a) de despacho, ordenador del gasto o director de unidad certifica que toda la información relacionada a continuación se consultó directamente en los documentos del contrato los cuales se encuentran archivados en el expediente correspondiente. El cumplimiento a satisfacción de las obligaciones del contratista las certifica el supervisor y/o interventor del contrato, al igual que el cumplimiento frente al Sistema de Seguridad Social en Salud, Riesgos Laborales, Pensiones y aportes parafiscales, tal como lo establece el Manual de gestión contractual, sistema de compra pública, supervisión, control y procedimiento sancionatorio del Departamento de Cundinamarca.

FECHA DE EXPEDICIÓN DE LA PRESENTE CERTIFICACIÓN	Día	Mes	Año	FECHA DE INICIO DEL CONTRATO	Día	Mes	Año	FECHA DE TERMINACIÓN (Incluidas adiciones)	Día	Mes	Año
	9	7	2026		12	3	2026		31	12	2026

SECRETARÍA DE DESPACHO O UNIDAD ADMINISTRATIVA	SECRETARÍA DE HACIENDA	SECCIÓN PRESUPUESTAL	1106

CONTRATO N°	PRINCIPAL	ADICIÓN	VIGENCIA FUTURA	PASIVO EXIGIBLE	CONTRATISTA - BENEFICIARIO	CÉDULA O NIT
SH-SA-PS-369-2026	X				CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES	9020456361

DIRECCIÓN	CORREO	TELÉFONO
CRA 5 ESTE 18 16	CONSORCIOPLANDECOMUNICACIONES@GMAIL	3115203598

SOLO SI APLICA EL TERCERO ALTERNATIVO DILIGENCIE LAS DOS SIGUIENTES CASILLAS*	*NOMBRE TERCERO ALTERNATIVO	*CÉDULA O NIT TERCERO
	UMBOG CONSULTING & SERVICES SAS	901557038-9

OBJETO	EJECUTAR EL PLAN DE MEDIOS DEPARTAMENTAL QUE MAXIMICE LA VISIBILIDAD, IMPACTO Y DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES SOBRE IMPUESTO AL CONSUMO Y SOBRE VEHICULOS AUTOMOTORES
CLÁUSULA FORMA DE PAGO ESTABLECIDA EN EL CONTRATO	CLÁUSULA 3 – FORMA DE PAGO. Los pagos se realizarán de manera parcial y periódica a monto agotable, de acuerdo con el avance real y verificable de la ejecución contractual, previa certificación de cumplimiento por parte del supervisor o interventor del contrato. Cada pago estará condicionado a la presentación de los informes de actividades, soportes técnicos, administrativos y financieros que acrediten la correcta ejecución de las obligaciones a cargo del contratista, así como al cumplimiento de los requisitos legales y presupuestales exigidos para el trámite del pago. El DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA – SECRETARÍA DE HACIENDA no asume responsabilidad alguna por la demora que pueda presentarse en dichos pagos y por lo tanto EL CONTRATISTA cumplirá con sus obligaciones y no podrá aducir como justificación alguna para su no realización, de mora en el pago. PARAGRAFO PRIMERO – El contratista para cada uno de los pagos deberá acreditar lo siguiente: i) factura o documento equivalente, acompañada de la certificación de recibido a satisfacción por el (la) Supervisor (a), el certificado de aportes al Sistema Integral de Seguridad Social (Salud, Riesgos Laborales, Pensiones), parafiscales (Sena, ICBF, Aportes Caja de Compensación Familiar) conforme el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, Ley 1122 de 2007, Ley 1150 de 2007, Ley 1562 de 2012, Ley 1607 de 2012, Decreto 723 de 2013, Decreto 1273 de 2018 y demás normas que reglamenten la materia. ii) el Informe detallado donde se evidencie el cumplimiento de las actividades correspondientes con el soporte de las gestiones adelantadas para la ejecución de la misma, en el caso de estrategias de comunicación se debe aportar las certificaciones de emisión de pauta, en medio digital audios de las cuñas o formatos emitidos en radio, copia de los medios escritos en los cuales se haya hecho presencia, soportes de la presencia en medios digitales

FONDO DEL PAGO A REALIZAR	3-1500	NOMBRE DEL FONDO	Tasa Vehículos	VALOR DEL PAGO	$585.127.361
PAGO N° 3	DE 9	BANCO	DAVIVIENDA		
CUENTA N°		462100111014		Ahorros	

NOMBRE FUENTE DE FINANCIACIÓN		VALOR	ANTICIPO	VALOR
DEPARTAMENTO		$4.500.000.000	PORCENTAJE DEL ANTICIPO	0%
			VALOR ANTICIPADO	$0
			VALOR DEL ANTICIPO	$0
			AMORTIZACIÓN ANTICIPO	$0
ADICIÓN	DEPARTAMENTO	$0	AMORTIZACIÓN ANTICIPO ACUMULADO	$0
			SALDO AMORTIZACIÓN	$0
			VALOR BRUTO A PAGAR	$585.127.361
TOTAL		$4.500.000.000	V/R TOTAL PAGOS REALIZADOS	$2.129.150.195
			SALDO POR EJECUTAR	$2.370.849.805

REGISTRO PRESUPUESTAL QUE AFECTA ESTA CUENTA				CERTIFICACIÓN DE PAGOS APORTES SEGURIDAD SOCIAL			
DÍA	MES	AÑO	NÚMERO DE RPC	DÍA	MES	AÑO	NÚMERO DE PLANILLA / PERSONA QUE CERTIFICA
12	3	2026	4600037646	3	7	2026	KAROL BARRETO BERNAL

EL CONTRATISTA CUMPLIÓ A SATISFACCIÓN CON EL OBJETO DEL CONTRATO/CONVENIO	SI	X	FECHA DEL ÚLTIMO REPORTE DEL CONTRATO EN EL APLICATIVO SUPERVISA	Día	Mes	Año	# INFORME SUPERVISA	PERIODO A CERTIFICAR	Del Día	Del Mes	Del Año	Al Día	Al Mes	Al Año
	NO			9	7	2026	3		1	6	2026	30	6	2026

NOVEDADES AL CONTRATO	Suspensión		Cesión		Terminación Anticipada		Cambio de supervisión		Embargo		No aplica	X

OBSERVACIONES (si se requiere)	CESION DE DERECHOS ECONOMICOS

SUPERVISOR/INTERVENTOR		ÁREA JURÍDICA Y/O CONTRATACIÓN		ORDENADOR DEL GASTO	
NOMBRE:	JOSE GILBERTO HERNÁNDEZ LÓPEZ	NOMBRE:	RICAURTE OSORIO ORTIZ	NOMBRE:	LUIS ARMANDO ROJAS QUEVEDO
CARGO Y DEPENDENCIA	ASESOR	CARGO Y DEPENDENCIA	JEFE OFICINA ASESORA JURIDICA	CARGO Y DEPENDENCIA	SECRETARIO DE HACIENDA
FIRMA:		FIRMA:		FIRMA	

Departamento de Cundinamarca
Estampillas Departamentales



Bienestar del Adulto Mayor	$9,834,000
Pro-Cultura	$4,917,000
Pro-Desarrollo Departamental	$9,834,000
Pro-Hospitales	$9,834,000
Pro Electrificación Rural	$983,000
Pro-Universidad Cundinamarca (UDEC)	$7,376,000
Tasa pro-deporte	$0

$42,778,000

Nombre: CONSORCIO PLAN DE COMUNICA
NIT: 9020456361

3300157082

Gobernación de Cundinamarca

Formato GF-006
Documento de Pago No.3300157082

Clase Documento	**RE Factura LogisiticaMM**	**Fecha de Contabilización:**	**10.07.2026**
Referencia Del Documento:	**PAGO 3 DE 9**	**Fecha Impresión de Factura:**	**10.07.2026**
Centro Gestor:	**1106**	**Nombre de la Dependencia:**	**SECRETARÍA HACIENDA**
Fondo:	**3-1500**	**Nombre del Fondo:**	**Tasa Vehículos**
Verificado por:	**JCBELLO**	**Documento RPC:**	**4600037646**
NIT del Tercero:	**9020456361**	**Código del Tercero:**	**2200006335**
Nombre del Tercero:	**CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES**		
Nombre del Alternativo:	**UMBOG CONSULTING & SERVICE SAS**		
Descripción:	**SH-369-2026-01-JUN-30-JUNIO**		

VALOR BRUTO FACTURA: QUINIENTOS OCHENTA Y CINCO MILLONES CIENTO VEINTISIETE MIL TRESCIENTOS SESENTA Y UN PESOS $ 585.127.361

Posición	Cuenta	Clave	Texto breve cuenta	PosPre	Valor
001	2490550000	31	Servicios	XACREEDOR/DEUDOR	492.608.361-
002	5507060606	81	Progra Fiscalización	2320202008	585.127.361
003	2440800009	50	Est. Adulto Mayor	XRETENCION/DEDUCCION09	9.834.000-
004	2440800010	50	Tasa Prodeporte y Re	XRETENCION/DEDUCCION09	12.293.000-
005	2436270000	50	Rte ICA Compras	XRETENCION/DEDUCCION08	3.766.000-
006	2440800003	50	Est. Procultura	XRETENCION/DEDUCCION09	4.917.000-
007	2440800001	50	Est. Prodesarrollo	XRETENCION/DEDUCCION09	9.834.000-
008	2440800002	50	Est. Proelectrificac	XRETENCION/DEDUCCION09	983.000-
009	2440800004	50	Est. Prohospitales	XRETENCION/DEDUCCION09	9.834.000-
010	2436250000	50	IVA Retenido	XRETENCION/DEDUCCION08	14.014.000-
011	2436050000	50	Servicios	XRETENCION/DEDUCCION09	19.668.000-
012	2440800007	50	Est. U. Cundinamarca	XRETENCION/DEDUCCION09	7.376.000-

DESCUENTOS Y/O DEDUCCIONES:

Nombre del Descuento efectuado	Base Gravable aplicada	Vr del Descuento y/o Deducción
Estampilla Bienestar del Adulto Mayor - Bienestar del Adulto Mayor 2%	491.703.665	9.834.000-
Pro Deporte y Recreación 2.5% - Pro Deporte y Recreación 2.5%	491.703.665	12.293.000-
Reteica Actividades de Servicios - Ret. ICA Svc Prof.Liberal y otras 7.66XM	491.703.665	3.766.000-
ProCultura (Con Cuantía) Estampilla - ProCultura (Con Cuantía) 1%	491.703.665	4.917.000-
ProDesarrollo Estampilla - Prodesarrollo 2%	491.703.665	9.834.000-
Proelectrificación Estampilla Monto Fijo - ProElectrificación rural del 0.2%	491.703.665	983.000-
ProHospitales Estampilla - ProHospitales 2%	491.703.665	9.834.000-
Retención IVA bienes/servicios - Ret. IVA Servicios Reg. Común 15%	93.423.696	14.014.000-
Retención Servicios Generales - Ret. Servicios Generales Declar 4%	491.703.665	19.668.000-
Universidad de Cundinamarca. - Universidad de Cundinamarca 1.5	491.703.665	7.376.000-

VALOR DESCUENTOS: $ 92.519.000

VALOR NETO A PAGAR: CUATROCIENTOSNOVENTA Y DOS MILLONES SEISCIENTOS OCHO MIL TRESCIENTOS SESENTA Y UN PESOS $ 492.608.361

LUIS ARMANDO ROJAS QUEVEDO
ORDENADOR

Revisó y aprobó:
Yeimy Yadira Cañon
Directora de Contabilidad