Prosperidad Social

ANEXO No. 3. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Los siguientes son los requisitos técnicos mínimos del servicio a contratar, por lo tanto, son de OBLIGATORIO cumplimiento:

Se requiere la prestación del servicio integral de monitoreo, análisis e inteligencia mediática de medios de comunicación tradicionales, digitales y redes sociales, con el propósito de identificar, registrar, analizar y reportar en tiempo real las menciones relacionadas con la Entidad, sus directivos, voceros, programas institucionales y temáticas del sector de inclusión social.

El servicio deberá incluir componentes de inteligencia mediática, análisis reputacional, análisis de tendencias informativas, monitoreo de narrativas mediáticas, identificación de actores influyentes en la conversación pública y generación de alertas tempranas frente a posibles riesgos reputacionales.

El servicio deberá contemplar como mínimo las siguientes actividades:

1.1 Captura de información mediática

- Monitoreo automatizado de medios mediante herramientas tecnológicas especializadas.
- Revisión editorial de contenidos informativos.
- Identificación de menciones institucionales directas o indirectas.

1.2 Clasificación de la información

- Clasificación por tipo de medio (prensa, radio, televisión, digital, redes sociales).
- Clasificación por favorabilidad (positiva, neutra, negativa).
- Identificación de temas institucionales asociados.

1.3 Análisis mediático

- Análisis cuantitativo de volumen de menciones.
- Análisis cualitativo del contenido mediático.
- Identificación de tendencias informativas.
- Identificación de narrativas mediáticas predominantes.

2. COBERTURA DE MEDIOS

El contratista deberá realizar el monitoreo permanente, sistemático y estructurado de contenidos informativos relacionados directa o indirectamente con la Entidad, sus directivos, voceros, programas institucionales, políticas públicas y temáticas del sector, a través de medios de comunicación tradicionales, digitales y plataformas de conversación pública.

La cobertura del monitoreo deberá garantizar seguimiento continuo a medios de alcance nacional, regional y local, incluyendo aquellos que inciden en la agenda pública y en la formación de opinión en los territorios.

El monitoreo deberá abarcar, como mínimo, las siguientes categorías de medios:

2.1 Prensa

El contratista deberá monitorear publicaciones provenientes de medios impresos y digitales de prensa escrita que desarrollen contenido informativo, investigativo o de opinión.

La cobertura deberá incluir:

- periódicos de circulación nacional;
- periódicos regionales;
- periódicos locales;
- suplementos informativos;
- secciones de opinión, economía, política, regionales y judiciales cuando incluyan menciones relacionadas con la Entidad.

El monitoreo deberá contemplar tanto las versiones impresas como las versiones digitales de dichos medios cuando estas existan.

2.2 Revistas informativas

El monitoreo deberá incluir revistas de carácter informativo, político, económico, investigativo o sectorial que puedan generar contenidos relacionados con la Entidad o con las políticas públicas del sector.

Se deberá realizar seguimiento a:

- revistas de circulación nacional;
- revistas especializadas en temas sociales, económicos o institucionales;
- revistas de análisis político o de coyuntura.

2.3 Radio

El contratista deberá realizar monitoreo de emisoras radiales que emitan contenidos informativos, noticiosos, de opinión o de análisis político.

El seguimiento deberá incluir:

- emisoras nacionales con programación informativa;
- emisoras regionales con incidencia en la agenda territorial;
- emisoras locales con cobertura municipal o departamental.

El monitoreo deberá incluir, como mínimo:

- noticieros radiales;
- programas de opinión;
- programas de análisis político;
- franjas informativas relevantes.

Cuando la tecnología lo permita, el contratista deberá registrar fragmentos de audio o transcripciones asociadas a las menciones identificadas.

2.4 Televisión

El monitoreo deberá incluir noticieros y programas informativos transmitidos a través de canales de televisión de alcance nacional y regional.

Se deberá realizar seguimiento a:

- noticieros de televisión nacional;
- noticieros regionales;
- programas de análisis o debate político;
- espacios informativos especiales que puedan abordar temas relacionados con la Entidad.

Cuando sea posible, el contratista deberá registrar fragmentos audiovisuales o enlaces al contenido monitoreado.

2.5 Medios digitales y portales informativos

El contratista deberá realizar seguimiento a medios informativos que publican contenido exclusivamente en entornos digitales.

Esto incluye:

- portales periodísticos digitales;
- medios nativos digitales;
- plataformas informativas regionales;
- portales de noticias especializados en política, economía o temas sociales.

El monitoreo deberá incluir publicaciones, notas periodísticas, columnas de opinión, reportajes y contenidos multimedia publicados en dichos portales.

2.6 Blogs periodísticos y espacios de opinión digital

El servicio deberá incluir monitoreo de blogs, columnas digitales y espacios de opinión administrados por periodistas, analistas, líderes de opinión, académicos o actores influyentes en la conversación pública.

El objetivo de este monitoreo será identificar contenidos que puedan incidir en la percepción pública de la Entidad o en el posicionamiento de sus programas institucionales.

2.7 Redes sociales

El monitoreo deberá incluir seguimiento a contenidos publicados en redes sociales que hagan referencia directa o indirecta a la Entidad, sus directivos, voceros o programas institucionales.

El seguimiento deberá contemplar, como mínimo, las siguientes plataformas:

- X (antes Twitter)
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- TikTok
- Threads

El monitoreo deberá permitir identificar:

- publicaciones de medios de comunicación;
- publicaciones de periodistas;
- publicaciones de líderes de opinión;
- conversaciones públicas relacionadas con la Entidad.

El sistema deberá permitir medir indicadores como:

- volumen de menciones;
- alcance estimado;
- nivel de interacción;
- percepción o tono del contenido.

2.8 Plataformas audiovisuales con contenido informativo

El monitoreo deberá incluir plataformas audiovisuales digitales que distribuyan contenido informativo o de opinión que pueda tener impacto en la conversación pública.

Entre estas plataformas se incluyen, entre otras:

- canales informativos en YouTube;
- transmisiones en vivo con contenido político o informativo;
- programas digitales de análisis o debate;
- contenidos informativos distribuidos mediante streaming.

2.9 Cobertura territorial del monitoreo

El contratista deberá garantizar que el monitoreo incluya medios de comunicación con presencia informativa en al menos treinta (30) departamentos del territorio nacional, con el fin de asegurar una cobertura amplia del comportamiento mediático en las diferentes regiones del país.

La cobertura territorial deberá incluir medios con incidencia en:

- capitales departamentales;
- principales ciudades intermedias;
- regiones con alta actividad informativa relacionada con las políticas públicas del sector.

El contratista deberá contar con herramientas tecnológicas o metodologías que permitan identificar y registrar menciones provenientes de medios regionales y locales.

3.10 Actualización de la base de medios

El contratista deberá garantizar la actualización permanente de la base de medios monitoreados, con el fin de mantener la pertinencia y efectividad del servicio.

El monitoreo deberá incluir como mínimo, todos los medios de:

- Prensa nacional, regional y local.
- Revistas informativas.
- Emisoras de radio nacionales y regionales.
- Noticieros de televisión nacional y regional.
- Medios digitales y portales informativos.
- Blogs periodísticos.
- Redes sociales.
- Plataformas audiovisuales con contenido informativo.

La cobertura deberá incluir medios con presencia en al menos treinta (30) departamentos del territorio nacional.

4 ARQUITECTURA TECNOLÓGICA DE LA PLATAFORMA

El contratista deberá contar con una plataforma tecnológica especializada para monitoreo, procesamiento y análisis de información mediática, la cual deberá operar mediante una arquitectura tecnológica robusta que garantice la captura, almacenamiento, procesamiento, análisis y visualización de información proveniente de medios de comunicación tradicionales, digitales y redes sociales.

La plataforma tecnológica deberá estar disponible durante toda la ejecución del contrato y deberá permitir el acceso seguro a los usuarios autorizados de la Entidad.

La plataforma tecnológica deberá permitir:

• Acceso web permanente 24 horas al día, 7 días a la semana.
• Acceso simultáneo para múltiples usuarios autorizados.
• Búsqueda avanzada por palabras clave.
• Filtros por medio, fecha, región, programa o vocero.
• Visualización gráfica de indicadores mediáticos.
• Exportación de datos en formatos Excel o CSV.
• Descarga de contenidos monitoreados (PDF, MP3, MP4).

La solución tecnológica ofrecida también deberá contar, como mínimo, con los siguientes componentes estructurales:

4.1 Motor de rastreo automatizado (Web Crawler)

La plataforma deberá contar con un motor de rastreo automatizado o crawler, encargado de identificar, recopilar e indexar contenidos informativos publicados en medios digitales y portales de noticias.

El sistema de rastreo deberá permitir:

- captura automatizada de contenidos en portales informativos;
- identificación de publicaciones mediante palabras clave definidas por la Entidad;
- rastreo permanente de nuevas publicaciones;
- actualización continua de registros mediáticos.

El sistema deberá ser capaz de rastrear simultáneamente múltiples fuentes informativas sin afectar la estabilidad de la plataforma.

4.2 Sistema de indexación y clasificación de contenidos

La plataforma deberá incluir un sistema de indexación de contenidos informativos, que permita organizar la información capturada mediante variables estructuradas para su consulta y análisis.

El sistema deberá permitir:

- indexar contenidos por medio de comunicación;
- indexar contenidos por fecha y hora;
- clasificar contenidos por temática institucional;
- clasificar contenidos por tipo de medio;
- clasificar contenidos por favorabilidad;
- clasificar contenidos por región.

La indexación deberá facilitar la búsqueda y recuperación eficiente de información dentro de la base de datos mediática.

4.3 Base de datos estructurada de información mediática

La solución tecnológica deberá contar con una base de datos estructurada para almacenamiento de registros mediáticos, que permita la gestión, consulta y análisis de grandes volúmenes de información.

La base de datos deberá permitir:

- almacenamiento histórico de registros;
- consulta mediante filtros avanzados;
- recuperación de información por periodos específicos;
- exportación de registros para análisis externos.

La base de datos deberá permitir almacenar la información generada durante toda la ejecución del contrato y facilitar su posterior entrega a la Entidad.

4.4 Módulo de analítica de datos

La plataforma deberá incluir un módulo de analítica de datos mediáticos, que permita procesar la información recopilada y generar indicadores estratégicos.

Este módulo deberá permitir:

- cálculo de indicadores de favorabilidad mediática;
- análisis de volumen de menciones;
- análisis de tendencias informativas;
- identificación de narrativas mediáticas predominantes;
- medición de participación mediática institucional.

El sistema deberá permitir la generación automática de métricas para la elaboración de informes estratégicos.

4.5 Tableros de control (Dashboards)

La plataforma deberá contar con tableros de visualización de información o dashboards, que permitan presentar de manera gráfica los principales indicadores del monitoreo.

Los tableros deberán permitir visualizar:

- volumen de menciones por periodo;
- distribución por tipo de medio;
- favorabilidad mediática;
- tendencias informativas;

- participación de voceros institucionales;
- participación territorial de las menciones.

Los dashboards deberán actualizarse de manera automática con base en la información registrada en la base de datos.

4.6 Sistema de alertas automáticas

La plataforma deberá incluir un sistema de generación de alertas automáticas, que permita notificar a la Entidad cuando se identifiquen contenidos relevantes o sensibles relacionados con la institución.

El sistema deberá permitir:

- configuración de alertas por palabras clave;
- alertas por menciones de voceros institucionales;
- alertas por temas estratégicos;
- alertas por posibles riesgos reputacionales.

El tiempo máximo de envío de alertas deberá cumplir con el indicador establecido en el SLA del contrato.

4.7 Módulo de exportación de información

La plataforma deberá permitir la exportación de información mediática en formatos abiertos, con el fin de facilitar su análisis por parte de la Entidad.

El sistema deberá permitir:

- exportación de bases de datos en formato Excel o CSV;
- descarga de reportes analíticos;
- descarga de registros mediáticos completos.

Este módulo permitirá a la Entidad realizar análisis adicionales o integrar la información con otros sistemas institucionales.

4.8 Sistema de almacenamiento histórico

La plataforma deberá contar con un sistema que permita el almacenamiento histórico de la información monitoreada, garantizando la conservación y trazabilidad de los registros mediáticos durante toda la ejecución del contrato.

El sistema deberá permitir:

- consulta de registros históricos;
- recuperación de registros por periodos específicos;

- almacenamiento seguro de contenidos asociados a cada registro.

4.9 Seguridad y control de acceso

La plataforma deberá implementar mecanismos de seguridad que permitan garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información.

El sistema deberá incluir como mínimo:

- autenticación mediante usuario y contraseña;
- control de acceso por perfiles de usuario;
- registro de actividad de usuarios;
- protección frente a accesos no autorizados.

4.10 Disponibilidad y continuidad del servicio

La plataforma tecnológica deberá garantizar una disponibilidad mínima del noventa y nueve por ciento (99%) mensual, conforme a los indicadores de desempeño definidos en el contrato.

El contratista deberá contar con mecanismos de contingencia que permitan garantizar la continuidad del servicio en caso de fallas tecnológicas.

La Entidad podrá solicitar evidencia de la arquitectura tecnológica, fichas técnicas de la solución, diagramas de arquitectura o demostraciones funcionales para verificar el cumplimiento de este requisito.

5 BASE DE DATOS DEL MONITOREO

El contratista deberá consolidar la información obtenida a través del monitoreo de medios en una base de datos estructurada, organizada y consultable, que permita almacenar, clasificar, analizar y exportar la información mediática relacionada con la Entidad.

La base de datos deberá estar integrada a la plataforma tecnológica del servicio y deberá permitir su consulta mediante filtros avanzados, visualización de registros y exportación de información en formatos abiertos como Excel, CSV o equivalentes.

La información registrada deberá permitir realizar análisis cuantitativos y cualitativos del comportamiento mediático de la Entidad, identificar tendencias informativas, medir indicadores reputacionales y facilitar la elaboración de informes estratégicos.

Cada registro o entrada de la base de datos deberá corresponder a una mención mediática identificada durante el monitoreo y deberá incluir como mínimo los siguientes campos:

5.1 Medio de comunicación

Campo destinado a identificar el nombre del medio de comunicación en el cual fue publicada o emitida la información monitoreada.

Este campo deberá permitir identificar claramente el medio de origen de la información, incluyendo medios impresos, digitales, radiales, televisivos o plataformas digitales.

Ejemplos de registro:

- nombre del periódico
- nombre de la emisora
- nombre del canal de televisión
- nombre del portal digital
- nombre del medio digital o blog.

5.2 Tipo de medio

Campo destinado a clasificar el tipo de medio de comunicación en el cual se originó la información.

Este campo deberá permitir categorizar cada registro en alguna de las siguientes categorías:

- prensa escrita
- revista
- radio
- televisión
- medio digital
- blog periodístico
- red social
- plataforma audiovisual.

La clasificación permitirá realizar análisis comparativos del comportamiento mediático según el tipo de medio.

5.3 Fecha y hora de publicación o emisión

Campo destinado a registrar la fecha y hora exacta en que fue publicada o emitida la información monitoreada.

Este campo deberá permitir identificar con precisión el momento en que se generó la mención mediática, lo cual facilitará:

- análisis cronológicos de cobertura mediática
- identificación de picos informativos

- reconstrucción de secuencias mediáticas en situaciones de coyuntura o crisis.

Cuando la información provenga de medios impresos o digitales se registrará la fecha de publicación; cuando provenga de radio o televisión se registrará la fecha y hora de emisión.

5.4 Titular de la noticia

Campo destinado a registrar el título o encabezado principal de la publicación o nota informativa en la cual aparece la mención relacionada con la Entidad.

El titular deberá registrarse de manera textual, respetando la redacción original del medio.

Este campo permitirá identificar rápidamente el enfoque informativo de la noticia y facilitar su consulta posterior.

5.5 Resumen del contenido

Campo destinado a incluir una síntesis breve del contenido informativo de la publicación, que permita comprender el contexto y el enfoque de la noticia sin necesidad de consultar el contenido completo.

El resumen deberá:

- describir el tema principal tratado en la noticia;
- indicar la forma en que se menciona la Entidad;
- incluir información relevante sobre el contexto de la publicación.

Este campo facilitará el análisis rápido de grandes volúmenes de información mediática.

5.6 Autor o periodista

Campo destinado a registrar el nombre del periodista, columnista, reportero o creador del contenido, cuando dicha información esté disponible en la publicación original.

En los casos en que el contenido no identifique autor, el campo podrá registrarse como:

- redacción
- agencia de noticias
- sin autor identificado.

Este campo permitirá identificar actores mediáticos relevantes en la cobertura informativa.

5.7 Vocero mencionado

Campo destinado a identificar si en la publicación aparece mencionado algún vocero institucional, funcionario, directivo o representante de la Entidad.

El registro deberá incluir el nombre del vocero mencionado, cuando aplique.

Este campo permitirá realizar análisis sobre:

- participación de voceros institucionales en medios
- visibilidad mediática de directivos
- posicionamiento institucional a través de declaraciones.

5.8 Tema institucional relacionado

Campo destinado a clasificar el contenido informativo según el tema institucional, programa, proyecto o política pública con la cual se relaciona la publicación.

Este campo permitirá agrupar la información mediática por temáticas estratégicas de la Entidad, facilitando el análisis de cobertura mediática por programas o líneas de acción.

Ejemplos de clasificación temática pueden incluir:

- programas sociales
- transferencias monetarias
- inclusión productiva
- seguridad alimentaria
- gestión institucional
- políticas públicas del sector.

5.9 Clasificación de la noticia (favorabilidad)

Campo destinado a registrar la valoración cualitativa del contenido mediático, según el enfoque de la información frente a la Entidad.

La clasificación deberá realizarse de acuerdo con las siguientes categorías:

- **Positiva:** cuando la información resalta logros, avances, resultados o aspectos favorables relacionados con la Entidad.
- **Neutra:** cuando la información presenta hechos o declaraciones sin emitir valoraciones favorables o desfavorables.
- **Negativa:** cuando la información presenta críticas, cuestionamientos o situaciones que puedan afectar la reputación institucional.

Esta clasificación deberá realizarse con base en criterios metodológicos previamente definidos por el contratista y validados por la supervisión del contrato.

5.10 Región de origen del medio

Campo destinado a identificar la ubicación geográfica del medio de comunicación que publicó o emitió la información.

El registro deberá indicar como mínimo:

- departamento
- ciudad o región del medio cuando aplique.

Este campo permitirá realizar análisis de cobertura mediática por regiones del país y evaluar la presencia territorial de la Entidad en los medios.

5.11 Enlace o archivo del contenido monitoreado

Campo destinado a registrar el acceso directo al contenido original de la publicación monitoreada.

Dependiendo del tipo de medio, este campo podrá contener:

- enlace web a la publicación digital;
- archivo PDF de la noticia en prensa escrita;
- archivo de audio en caso de radio;
- archivo de video o fragmento audiovisual en caso de televisión;
- captura o enlace a publicaciones en redes sociales.

Este campo permitirá la verificación del contenido original monitoreado.

5.12 Alcance estimado

Campo destinado a registrar una estimación del alcance potencial de la publicación mediática, entendida como el número aproximado de personas que pudieron estar expuestas al contenido informativo.

El cálculo del alcance estimado podrá basarse en:

- audiencia promedio del medio;
- tráfico estimado del portal digital;
- número de seguidores o visualizaciones en redes sociales;
- métricas disponibles del medio de comunicación.

Este indicador permitirá dimensionar el impacto potencial de la cobertura mediática.

5.13 Monetización de free press

Campo destinado a estimar el valor publicitario equivalente de la cobertura mediática obtenida, conocido comúnmente como monetización de free press.

Este indicador deberá calcularse a partir de metodologías utilizadas en análisis de medios, considerando factores como:

- espacio ocupado en el medio;
- duración de la mención en radio o televisión;
- ubicación de la noticia;
- audiencia estimada del medio.

El objetivo de este campo es estimar el valor económico aproximado que tendría la exposición mediática obtenida si hubiera sido adquirida mediante pauta publicitaria.

5.14 Exportación y disponibilidad de la base de datos

La base de datos deberá permitir:

- consulta mediante filtros avanzados;
- generación de reportes personalizados;
- exportación de registros en formatos abiertos como Excel o CSV;
- descarga de registros históricos cuando sea requerido por la Entidad.

La información deberá permanecer disponible durante toda la ejecución del contrato y deberá ser entregada a la Entidad al finalizar la relación contractual.

5.15 Metodología de monetización de free press

Con el fin de estimar el valor económico aproximado de la exposición mediática obtenida por la Entidad en medios de comunicación sin inversión publicitaria directa, el contratista deberá calcular un indicador de valor publicitario equivalente, comúnmente denominado monetización de free press.

Este indicador permitirá estimar el valor que tendría la cobertura mediática obtenida si el espacio informativo hubiera sido adquirido mediante pauta publicitaria.

5.15.1 Variables para el cálculo

La monetización del free press deberá considerar, como mínimo, las siguientes variables:

- tipo de medio de comunicación;
- tamaño o duración de la publicación;
- ubicación del contenido en el medio;
- audiencia estimada del medio;

- alcance potencial de la publicación;
- relevancia editorial del contenido.

5.15.2 Cálculo en medios impresos o digitales

En el caso de medios impresos o portales digitales, el valor equivalente podrá estimarse considerando:

- el espacio ocupado por la noticia;
- la sección en la cual aparece publicada;
- el costo estimado de pauta publicitaria del medio.

5.15.3 Cálculo en radio

En el caso de radio, el cálculo deberá considerar:

- duración de la mención informativa;
- franja horaria de emisión;
- audiencia estimada del programa.

5.15.4 Cálculo en televisión

En el caso de televisión, el cálculo deberá considerar:

- duración de la aparición en pantalla;
- relevancia dentro del noticiero o programa;
- audiencia estimada del espacio informativo.

5.15.5 Cálculo en medios digitales y redes sociales

En medios digitales y redes sociales el cálculo podrá considerar:

- tráfico estimado del portal;
- número de visualizaciones;
- alcance potencial del contenido;
- nivel de interacción cuando aplique.

5.15.6 Presentación del indicador

El valor de monetización de free press deberá presentarse en los informes periódicos del monitoreo, indicando:

- valor estimado por publicación;
- valor estimado por medio;
- valor estimado por periodo de análisis.

Este indicador deberá utilizarse únicamente como referencia analítica para dimensionar el impacto mediático de la Entidad.

6 INDICADORES DE INTELIGENCIA MEDIÁTICA

Con el fin de facilitar el análisis estratégico del comportamiento mediático de la Entidad, el contratista deberá calcular, actualizar y reportar indicadores de inteligencia mediática que permitan medir la visibilidad institucional, la percepción pública, la distribución territorial de la cobertura, la participación de la Entidad en la conversación mediática y la evolución de los temas asociados a su gestión.

Estos indicadores deberán presentarse de manera clara, verificable y comparable en los informes semanales, mensuales y especiales, mediante tablas, gráficos, series comparativas y análisis interpretativo.

Los indicadores deberán calcularse con base en la información efectivamente registrada en la base de datos del monitoreo y deberán ser coherentes con la metodología de análisis mediático definida por el contratista y aprobada por la supervisión del contrato.

Como mínimo, los informes deberán incluir los siguientes indicadores:

6.1 Índice de favorabilidad mediática

El contratista deberá calcular un indicador que permita medir la proporción de publicaciones **positivas, neutras y negativas** relacionadas con la Entidad durante el periodo de análisis.

Este indicador tendrá como propósito establecer el balance general del tratamiento informativo recibido por la Entidad en los medios monitoreados.

El índice deberá presentarse, como mínimo, en términos de:

- número total de publicaciones positivas;
- número total de publicaciones neutras;
- número total de publicaciones negativas;
- porcentaje de participación de cada categoría frente al total de menciones.

Este indicador permitirá evaluar el tono general de la cobertura mediática y la evolución de la percepción informativa de la Entidad en distintos periodos.

6.2 Volumen de menciones institucionales

El contratista deberá reportar el número total de menciones o registros informativos relacionados con la Entidad durante el periodo de análisis.

Este indicador deberá reflejar la frecuencia con la cual la Entidad aparece mencionada en medios de comunicación y plataformas digitales.

El volumen de menciones deberá presentarse, como mínimo, discriminado por:

- periodo de tiempo analizado;
- tipo de medio;
- región;
- tema institucional;
- vocero o directivo mencionado, cuando aplique.

Este indicador permitirá identificar el nivel de exposición mediática de la Entidad y comparar la intensidad de cobertura entre diferentes momentos, temáticas o territorios.

6.3 Alcance estimado de las publicaciones

El contratista deberá calcular el alcance estimado de las publicaciones monitoreadas, entendido como la cantidad aproximada de personas potencialmente expuestas a los contenidos que mencionan a la Entidad.

El cálculo del alcance estimado podrá basarse en variables como:

- audiencia promedio del medio;
- tráfico estimado del portal digital;
- visualizaciones o reproducciones;
- número de seguidores o alcance potencial en redes sociales;
- métricas públicas o estimadas del medio.

El indicador deberá presentarse tanto en forma agregada como discriminada por:

- tipo de medio;
- región;
- periodo de análisis;
- tema institucional.

Este indicador permitirá dimensionar el impacto potencial de la presencia mediática de la Entidad.

6.4 Participación mediática por región

El contratista deberá medir la distribución territorial de la cobertura informativa de la Entidad, con el fin de identificar en qué departamentos, regiones o ciudades se concentra la mayor cantidad de menciones.

Este indicador deberá presentarse, como mínimo, mediante:

- número de publicaciones por departamento;
- número de publicaciones por región;

- porcentaje de participación de cada territorio frente al total de menciones.

Cuando sea pertinente, el informe deberá acompañarse de visualizaciones gráficas, como mapas de calor, gráficos comparativos o tablas de distribución territorial.

Este indicador permitirá evaluar la presencia mediática regional de la Entidad, identificar territorios con mayor o menor exposición y orientar estrategias de comunicación territorial.

6.5 Share of Voice institucional frente a otras entidades

El contratista deberá calcular un indicador de Share of Voice institucional, entendido como la proporción de menciones que recibe la Entidad frente al total de menciones registradas en medios respecto de otras entidades comparables del mismo sector o frente a otros actores institucionales definidos por la supervisión del contrato.

Este indicador deberá permitir establecer la participación relativa de la Entidad en la conversación mediática del sector.

El Share of Voice deberá expresarse, como mínimo, en:

- número de menciones de la Entidad;
- número de menciones de las entidades comparadas;
- porcentaje de participación de la Entidad frente al total de menciones del universo analizado.

La comparación deberá realizarse únicamente con entidades, actores o referentes previamente definidos por la supervisión del contrato, a fin de asegurar la pertinencia del análisis.

Este indicador permitirá medir el posicionamiento mediático relativo de la Entidad y su nivel de visibilidad frente a otros actores institucionales.

6.6 Tendencias temáticas predominantes

El contratista deberá identificar y reportar los temas que concentran mayor volumen de cobertura mediática relacionada con la Entidad durante el periodo de análisis.

Este indicador deberá permitir establecer:

- cuáles temas institucionales generan mayor presencia en medios;
- cuáles temas presentan crecimiento o disminución en cobertura;
- cuáles temas se asocian a mayor favorabilidad o negatividad.

Las tendencias temáticas deberán presentarse, como mínimo, mediante:

- listado de los principales temas del periodo;
- número de publicaciones por tema;
- porcentaje de participación de cada tema frente al total de menciones;
- evolución comparativa respecto de periodos anteriores, cuando aplique.

Este indicador permitirá identificar asuntos críticos, temas de alto interés público y oportunidades de posicionamiento institucional.

6.7 Presentación de los indicadores

Todos los indicadores de inteligencia mediática deberán presentarse en los informes periódicos del contrato de manera:

- cuantitativa, mediante cifras, porcentajes y series comparativas;
- gráfica, mediante diagramas, barras, líneas, mapas o tableros visuales;
- analítica, mediante interpretación escrita de los resultados obtenidos.

El contratista deberá acompañar cada indicador con una breve lectura analítica que explique su significado, sus variaciones más relevantes y sus posibles implicaciones para la gestión comunicacional de la Entidad.

6.8 Validación metodológica de los indicadores

El contratista deberá contar con una metodología clara y verificable para el cálculo de los indicadores de inteligencia mediática.

La Entidad, a través de la supervisión del contrato, podrá solicitar:

- explicación metodológica de cada indicador;
- revisión de fórmulas o criterios de cálculo;
- ajustes de presentación cuando se requiera mejorar la utilidad analítica de la información.

El objetivo de este requisito es garantizar que los indicadores reportados sean técnicamente consistentes, útiles para la toma de decisiones y comparables durante toda la ejecución contractual.

6.9 Índice de posicionamiento mediático institucional

Con el fin de facilitar una lectura integral del comportamiento mediático de la Entidad, el contratista deberá calcular un Índice de Posicionamiento Mediático Institucional, entendido como un indicador compuesto que permite medir el nivel de presencia, impacto y percepción de la Entidad en los medios de comunicación durante un periodo determinado.

Este índice deberá integrarse a partir del análisis conjunto de diferentes variables del monitoreo mediático, tales como el volumen de menciones, el tono informativo de las publicaciones, el alcance potencial de las mismas y la participación relativa de la Entidad en la conversación mediática frente a otros actores institucionales.

El objetivo de este indicador es proporcionar una medida sintética del posicionamiento mediático de la Entidad que permita identificar tendencias, evaluar resultados de gestión comunicacional y apoyar la toma de decisiones estratégicas en materia de comunicación institucional.

6.9.1 Variables que componen el índice

El Índice de Posicionamiento Mediático deberá calcularse considerando, como mínimo, las siguientes variables:

a. Volumen de menciones institucionales

Número total de publicaciones o registros mediáticos en los cuales se menciona directa o indirectamente a la Entidad durante el periodo analizado.

Esta variable permite medir el nivel de visibilidad mediática de la institución.

b. Favorabilidad mediática

Distribución porcentual de publicaciones clasificadas como positivas, neutras o negativas, conforme a la metodología de clasificación de favorabilidad definida en el presente anexo técnico.

Esta variable permite evaluar la percepción informativa generada por los contenidos mediáticos.

c. Alcance estimado de las publicaciones

Estimación del número potencial de personas expuestas a las publicaciones mediáticas relacionadas con la Entidad.

Este indicador permite dimensionar el impacto potencial de la cobertura mediática.

d. Share of Voice institucional

Participación relativa de la Entidad en la conversación mediática del sector, medida como el porcentaje de menciones de la Entidad frente al total de menciones registradas sobre otras entidades o actores institucionales comparables definidos por la supervisión del contrato.

Este indicador permite medir el posicionamiento mediático relativo de la Entidad frente a otros actores.

6.9.2 Metodología de cálculo

El contratista deberá definir una metodología de cálculo que combine las variables anteriormente descritas para generar un indicador agregado de posicionamiento mediático.

La metodología deberá garantizar que:

- el índice sea consistente a lo largo del tiempo;
- los criterios de cálculo sean verificables;
- las variables utilizadas sean trazables en la base de datos del monitoreo.

La fórmula o metodología utilizada deberá ser presentada a la supervisión del contrato al inicio de la ejecución contractual y deberá mantenerse consistente durante toda la vigencia del servicio, salvo ajustes acordados con la Entidad.

6.9.3 Escala de interpretación del índice

El Índice de Posicionamiento Mediático deberá presentarse en una escala que permita interpretar fácilmente el nivel de posicionamiento institucional en los medios.

Por ejemplo, el índice podrá presentarse en una escala de 0 a 100 puntos, donde:

- valores altos indiquen mayor presencia y posicionamiento mediático favorable;
- valores intermedios indiquen presencia mediática moderada;
- valores bajos indiquen menor presencia mediática o mayor proporción de cobertura desfavorable.

El contratista deberá incluir en los informes una interpretación del comportamiento del índice durante el periodo analizado, destacando variaciones relevantes y posibles causas de dichos cambios.

6.9.4 Presentación del indicador en los informes

El Índice de Posicionamiento Mediático Institucional deberá presentarse en los informes semanales y mensuales mediante:

- gráficos de evolución temporal del índice;
- comparaciones entre periodos;
- análisis interpretativo de los resultados.

El análisis deberá explicar los factores que influyen en el comportamiento del índice, tales como eventos institucionales, coyunturas mediáticas, pronunciamientos de voceros, campañas institucionales u otros acontecimientos relevantes.

7 SEMÁFORO REPUTACIONAL

Con el fin de facilitar la lectura estratégica del comportamiento mediático de la Entidad y permitir una interpretación rápida del nivel de riesgo reputacional asociado a la cobertura informativa, el contratista deberá incluir en los informes periódicos un sistema de semáforo reputacional.

Este sistema deberá servir como una herramienta de síntesis analítica que permita clasificar el estado general de la conversación mediática sobre la Entidad durante el periodo evaluado, con base en la cantidad, tono, alcance e impacto de las publicaciones identificadas en el monitoreo.

El semáforo reputacional deberá presentarse como parte de los informes semanales, mensuales y especiales, acompañado de una explicación analítica que justifique la clasificación asignada.

La clasificación reputacional deberá contemplar, como mínimo, los siguientes niveles:

7.1 Nivel verde – cobertura mediática positiva

Se clasificará en **nivel verde,** cuando el comportamiento mediático de la Entidad refleje una tendencia predominantemente favorable, con mayor presencia de publicaciones positivas o institucionalmente convenientes, sin evidencias relevantes de riesgo reputacional.

Este nivel aplicará cuando, de forma general, se observe que:

a. predominan las publicaciones positivas sobre las neutras y negativas;
b. la cobertura resalta logros, avances, resultados o impactos favorables de la Entidad;
c. las menciones registradas fortalecen la percepción pública de la gestión institucional;
d. no se identifican contenidos con potencial de crisis o afectación significativa a la imagen institucional.

El análisis correspondiente deberá indicar los factores que explican la clasificación positiva, tales como campañas exitosas, pronunciamientos favorables, eventos institucionales, difusión de resultados o visibilidad positiva de voceros.

7.2 Nivel amarillo – cobertura neutra o informativa

Se clasificará en **nivel amarillo**, cuando la conversación mediática sobre la Entidad sea predominantemente informativa, descriptiva o mixta, sin generar afectaciones significativas a la reputación institucional, pero tampoco con una tendencia claramente favorable.

Este nivel aplicará cuando, de forma general, se observe que:

a. predominan las publicaciones neutras;
b. la Entidad es mencionada en contextos informativos sin valoración positiva o negativa marcada;
c. existe equilibrio entre contenidos positivos y negativos, sin una afectación evidente a la reputación;
d. la cobertura se mantiene dentro de un comportamiento mediático estable, sin señales claras de alerta reputacional.

El informe deberá explicar si la clasificación amarilla obedece a baja intensidad mediática, neutralidad informativa, dispersión temática o ausencia de hechos noticiosos de alto impacto.

7.3 Nivel rojo – cobertura negativa o de riesgo reputacional

Se clasificará en **nivel rojo**, cuando la cobertura mediática de la Entidad presente una tendencia predominantemente negativa o evidencie contenidos que puedan afectar la imagen institucional, la percepción pública o la confianza en la gestión de la Entidad.

Este nivel aplicará cuando se identifique, entre otros, alguno de los siguientes escenarios:

a. aumento significativo de publicaciones negativas;
b. presencia reiterada de críticas, cuestionamientos o denuncias en medios;
c. tendencia informativa desfavorable sobre programas, directivos o decisiones institucionales;
d. circulación de contenidos que puedan afectar la reputación de la Entidad, aunque no constituyan todavía una crisis mediática.

En este nivel, el contratista deberá incluir en el informe:

a. identificación de los temas que originan la clasificación;
b. medios que concentran la cobertura negativa;
c. posibles impactos reputacionales asociados;
d. recomendaciones de seguimiento comunicacional.

7.4 Nivel rojo crítico – riesgo reputacional alto o potencial crisis mediática

Se clasificará en **nivel rojo crítico**, cuando el comportamiento mediático de la Entidad evidencie una situación de alta exposición negativa, potencial crisis reputacional o circulación de contenidos que puedan generar afectaciones significativas a la imagen institucional.

Este nivel aplicará cuando se presenten escenarios como los siguientes:

a. alta concentración de publicaciones negativas en un corto periodo de tiempo;
b. viralización de contenidos críticos en medios o redes sociales;
c. investigaciones periodísticas, denuncias públicas o señalamientos de alto impacto;
d. contenidos desinformativos o manipulados con alta circulación;
e. situaciones que comprometan a directivos, voceros, programas o decisiones institucionales en un contexto de alto riesgo reputacional.

En caso de clasificación rojo crítico, el contratista deberá señalar de manera expresa:

a. los hechos o contenidos que originan la alerta;
b. el nivel de exposición mediática alcanzado;
c. los medios, plataformas o actores que impulsan la conversación;
d. la posible evolución del riesgo reputacional si no se realiza gestión oportuna.

7.5 Variables para la clasificación del semáforo reputacional

La clasificación del semáforo reputacional deberá sustentarse en variables objetivas obtenidas del monitoreo de medios y del análisis mediático realizado por el contratista.

Como mínimo, la valoración deberá considerar las siguientes variables:

a. proporción de publicaciones positivas, neutras y negativas;
b. volumen total de menciones registradas en el periodo;
c. alcance estimado de las publicaciones;
d. intensidad de la conversación mediática en medios y redes sociales;
e. presencia de narrativas críticas o desfavorables;
f. evolución del comportamiento mediático frente a periodos anteriores;
g. incidencia de actores influyentes o medios de alta visibilidad;
h. existencia de contenidos con potencial de crisis o desinformación.

La Entidad podrá solicitar la incorporación de variables adicionales cuando lo considere pertinente para fortalecer la lectura reputacional.

7.6 Presentación del semáforo reputacional en los informes

El semáforo reputacional deberá presentarse en los informes de manera clara, visible y fácilmente interpretable, preferiblemente al inicio del análisis ejecutivo, con el fin de

facilitar la lectura estratégica por parte de la supervisión del contrato y de los directivos de la Entidad.

La presentación deberá incluir, como mínimo:

a. color o nivel reputacional asignado al periodo;
b. explicación breve de la clasificación;
c. principales hechos o temas que justifican la valoración;
d. comparación con el periodo anterior, cuando aplique;
e. interpretación del comportamiento reputacional observado.

Cuando el semáforo refleje niveles rojo o rojo crítico, el informe deberá incorporar una advertencia analítica destacada y una descripción de los factores que incrementan el riesgo reputacional.

7.7 Periodicidad de la clasificación reputacional

El contratista deberá incluir el semáforo reputacional, como mínimo, en:

a. informes semanales;
b. informes mensuales;
c. informes especiales elaborados con ocasión de coyunturas, campañas o eventos de alto impacto mediático.
d. Cuando se presenten situaciones de riesgo reputacional alto o crisis mediática, la supervisión del contrato podrá solicitar la actualización extraordinaria del semáforo reputacional.

7.8 Sustento metodológico de la clasificación

El contratista deberá contar con una metodología clara, consistente y verificable para asignar la clasificación del semáforo reputacional.

La metodología deberá permitir:

a. justificar objetivamente la clasificación asignada;
b. asegurar uniformidad en la valoración durante toda la ejecución del contrato;
c. evitar valoraciones arbitrarias o subjetivas;
d. facilitar la validación por parte de la supervisión del contrato.

La Entidad podrá solicitar la explicación metodológica de la clasificación reputacional y requerir ajustes cuando se identifiquen inconsistencias en la aplicación del sistema.

7.9 Finalidad del semáforo reputacional

El sistema de semáforo reputacional tendrá como finalidad:

a. facilitar una lectura rápida del estado reputacional de la Entidad en medios;
b. apoyar la toma de decisiones de comunicación institucional;
c. identificar oportunidades de posicionamiento;
d. advertir oportunamente situaciones de riesgo reputacional;
e. fortalecer la supervisión del contrato mediante indicadores de interpretación ejecutiva.

7.10 Relación entre el semáforo reputacional y el sistema de alertas inmediatas

Con el fin de fortalecer la capacidad de respuesta institucional frente a situaciones que puedan afectar la imagen o reputación de la Entidad, el sistema de semáforo reputacional deberá articularse con el sistema de alertas inmediatas definido en el presente anexo técnico.

Esta articulación permitirá que la clasificación reputacional obtenida a partir del análisis mediático sirva como insumo para activar distintos niveles de alerta informativa y facilitar la toma oportuna de decisiones por parte de la Entidad.

La relación entre los niveles del semáforo reputacional y el sistema de alertas deberá operar bajo los siguientes criterios:

Nivel verde – seguimiento informativo ordinario

Cuando el semáforo reputacional se clasifique en nivel verde, el comportamiento mediático de la Entidad se considerará estable y favorable.

En este escenario:

a. el monitoreo continuará bajo el esquema ordinario de seguimiento informativo;
b. las publicaciones identificadas serán registradas en la base de datos del monitoreo;
c. la información será incluida en los informes periódicos del servicio.

No será necesario activar alertas especiales, salvo cuando se identifiquen contenidos de alto interés institucional.

Nivel amarillo – seguimiento informativo reforzado

Cuando el semáforo reputacional se clasifique en nivel amarillo, el comportamiento mediático reflejará una cobertura predominantemente informativa o neutra, sin evidencias claras de riesgo reputacional, pero con situaciones que podrían requerir seguimiento adicional.

En este escenario:

a. el contratista deberá realizar un seguimiento más detallado de los temas asociados;
b. se deberá monitorear la evolución de la conversación mediática;
c. se deberán identificar posibles cambios en la narrativa informativa.

En caso de detectar un incremento significativo de menciones o cambios en el tono de la cobertura, el contratista podrá emitir alertas preventivas a la Entidad.

Nivel rojo – alerta de riesgo reputacional

Cuando el semáforo reputacional se clasifique en nivel rojo, el comportamiento mediático evidenciará una tendencia negativa o la presencia de contenidos que puedan afectar la percepción pública de la Entidad.

En este escenario:

a. el contratista deberá emitir una **alerta de riesgo reputacional** a la Entidad;
b. la alerta deberá incluir una descripción clara del hecho mediático identificado;
c. se deberá indicar el medio de origen, alcance estimado y tono del contenido;
d. se deberá identificar la posible evolución del tema en la agenda mediática.

La alerta deberá enviarse conforme a los tiempos definidos en el sistema de alertas del contrato.

Adicionalmente, el contratista deberá incluir en el informe correspondiente un análisis de las causas del comportamiento mediático observado.

Nivel rojo crítico – alerta de crisis mediática

Cuando el semáforo reputacional se clasifique en nivel rojo crítico, el comportamiento mediático reflejará una situación de alto riesgo reputacional o una potencial crisis mediática que pueda afectar de manera significativa la imagen institucional.

En este escenario:

a. el contratista deberá emitir una alerta inmediata de crisis mediática;
b. la alerta deberá enviarse a los canales definidos por la Entidad para la gestión de situaciones críticas;
c. se deberá incluir información detallada sobre el contenido que origina la alerta;
d. se deberán identificar los medios o actores que impulsan la conversación mediática;
e. se deberá indicar el alcance estimado de la situación.

El informe correspondiente deberá incluir un análisis detallado del evento mediático y su posible evolución en la agenda informativa.

7.11 Registro de alertas en la base de datos del monitoreo

Todas las alertas generadas en relación con el semáforo reputacional deberán registrarse en la base de datos del monitoreo, indicando como mínimo:

a. fecha y hora de generación de la alerta;
b. nivel de alerta reputacional;
c. medio de comunicación o plataforma donde se originó la información;
d. tema o evento asociado;
e. alcance estimado del contenido.

Este registro permitirá realizar seguimiento histórico a los eventos mediáticos que hayan representado riesgos reputacionales para la Entidad.

7.12 Objetivo del sistema integrado de análisis y alerta

La articulación entre el semáforo reputacional y el sistema de alertas tiene como objetivo:

a. fortalecer la capacidad de anticipación frente a situaciones mediáticas críticas;
b. mejorar la capacidad de análisis estratégico del comportamiento mediático;
c. facilitar la toma de decisiones informadas en materia de comunicación institucional;
d. apoyar la gestión preventiva de riesgos reputacionales.

8 MONITOREO DE DESINFORMACIÓN

El contratista deberá identificar contenidos potencialmente falsos o descontextualizados relacionados con la Entidad.

El monitoreo deberá permitir:

a. Identificación de rumores virales.
b. Detección de narrativas desinformativas.
c. Alertas tempranas frente a contenidos que puedan generar crisis reputacionales.

9 MATRIZ DE VALORACIÓN MEDIÁTICA Y PONDERACIÓN DE IMPACTO DE PUBLICACIONES

Con el fin de medir de manera más precisa el impacto mediático de las publicaciones relacionadas con la Entidad, el contratista deberá aplicar una **Matriz de Valoración Mediática**, que permita asignar un puntaje ponderado a cada registro mediático identificado durante el monitoreo.

Esta matriz permitirá evaluar el impacto potencial de las publicaciones considerando variables como el tipo de medio, el alcance estimado, la ubicación de la noticia, la favorabilidad del contenido y la relevancia del medio en la agenda informativa.

El objetivo de esta matriz es facilitar la interpretación del impacto mediático de la cobertura institucional y apoyar la elaboración de análisis estratégicos de comunicación.

9.1 Variables de valoración mediática

La matriz de valoración mediática deberá considerar como mínimo las siguientes variables:

a. Tipo de medio

La valoración deberá considerar el tipo de medio en el cual se publica la información, dado que el impacto mediático puede variar según el alcance y la influencia del medio.

Ejemplo de ponderación:

Tipo de medio	**Valor de ponderación**
Televisión nacional	Alto
Prensa nacional	Alto
Radio nacional	Alto
Medios digitales nacionales	Medio-alto
Prensa regional	Medio
Radio regional	Medio
Medios locales	Bajo-medio
Blogs o plataformas digitales menores	Bajo

La ponderación exacta deberá ser definida por el contratista y validada por la supervisión del contrato.

b. Alcance estimado del medio

El impacto mediático deberá considerar la audiencia potencial del medio en el cual aparece la publicación.

El cálculo del alcance estimado podrá basarse en:

- audiencia promedio del medio;
- tráfico web estimado;
- visualizaciones de contenido;
- número de seguidores en redes sociales;
- métricas disponibles del medio.

La valoración deberá reflejar el nivel de exposición potencial de la noticia.

c. Ubicación o relevancia de la publicación

La matriz deberá considerar la ubicación o prominencia del contenido dentro del medio.

Ejemplos de niveles de relevancia:

Ubicación de la noticia	**Nivel de impacto**
Titular principal o portada	Muy alto
Sección principal del medio	Alto
Sección secundaria	Medio
Mención dentro de una noticia	Bajo

Este factor permitirá diferenciar entre una noticia principal y una mención secundaria dentro de un contenido informativo.

d. Duración o extensión del contenido

En medios audiovisuales o radiales se deberá considerar la duración de la mención.

En medios impresos o digitales se deberá considerar:

- extensión del contenido;
- número de párrafos dedicados al tema;
- presencia de citas o declaraciones institucionales.

Este factor permitirá dimensionar la profundidad del tratamiento informativo.

e. Favorabilidad de la publicación

La matriz deberá incorporar la clasificación de favorabilidad definida en el capítulo de análisis mediático.

Ejemplo de ponderación:

Clasificación	Valor
Positiva	Impacto favorable
Neutra	Impacto informativo
Negativa	Impacto desfavorable

La favorabilidad deberá influir en el puntaje final de la valoración mediática.

9.2 Cálculo del impacto mediático de cada publicación

El contratista deberá aplicar la matriz de valoración mediática para calcular un puntaje de impacto mediático por publicación, considerando la combinación de las variables descritas anteriormente.

El cálculo deberá permitir obtener:

a. un puntaje individual por cada registro mediático;
b. un puntaje agregado por periodo de análisis;
c. un puntaje por tipo de medio;
d. un puntaje por tema institucional.

La metodología de cálculo deberá ser presentada al inicio del contrato y validada por la supervisión.

9.3 Indicador de impacto mediático institucional

A partir de la aplicación de la matriz de valoración mediática, el contratista deberá calcular un indicador agregado de impacto mediático institucional, que permita medir el peso o relevancia de la cobertura mediática de la Entidad durante el periodo analizado.

Este indicador deberá presentarse en los informes periódicos mediante:

a. puntaje total de impacto mediático;
b. evolución del indicador frente a periodos anteriores;
c. distribución del impacto por tipo de medio;
d. análisis interpretativo del comportamiento observado.

9.4 Presentación de la matriz en los informes

Los informes del monitoreo deberán incluir:

a. tablas con la valoración mediática de las principales publicaciones;
b. gráficos que muestren el impacto mediático por tipo de medio;
c. análisis interpretativo del impacto mediático obtenido.

Cuando se presenten publicaciones de alto impacto mediático, el contratista deberá destacarlas en el informe como eventos mediáticos relevantes.

9.5 Validación metodológica

El contratista deberá presentar a la supervisión del contrato la metodología de ponderación utilizada en la matriz de valoración mediática, incluyendo:

a. variables consideradas;
b. criterios de ponderación;
c. fórmula de cálculo del impacto mediático.

La Entidad podrá solicitar ajustes metodológicos cuando lo considere necesario para mejorar la calidad del análisis mediático.

10 ALERTAS INMEDIATAS

El contratista deberá implementar un sistema de alertas inmediatas que informe a la Entidad sobre contenidos relevantes relacionados con su gestión institucional.

Tiempo máximo de envío de alertas: cinco (5) minutos desde la publicación o emisión de la información.

Clasificación de alertas:

Nivel 1 – informativa
Nivel 2 – seguimiento
Nivel 3 – riesgo reputacional
Nivel 4 – crisis mediática

11 INFORMES ESTRATÉGICOS

El contratista deberá entregar:

a. Informe semanal de comportamiento mediático.
b. Informe mensual consolidado.
c. Informes especiales sobre campañas institucionales o coyunturas mediáticas.

Cada informe deberá incluir análisis cuantitativo y cualitativo de la información monitoreada.

12 INDICADORES DE DESEMPEÑO DEL SERVICIO (SLA)

Los indicadores mínimos de desempeño del servicio serán:

a. Tiempo máximo de envío de alertas: 10 y 15 minutos.
b. Disponibilidad de la plataforma: mínimo 99% mensual.
c. Actualización diaria de la base de datos antes de las 9:00 a.m.
d. Tiempo máximo de respuesta a requerimientos de la Entidad: máximo 1 hora.

13. OTROS REQUISITOS

El contratista deberá demostrar:

13.1. Disponibilidad de plataforma tecnológica propia o licenciada:

El proponente deberá acreditar que cuenta con una plataforma tecnológica especializada para el monitoreo, consulta, análisis y almacenamiento de información mediática, la cual deberá ser de su propiedad o estar formalmente licenciada a su nombre para la prestación del servicio objeto del contrato.

Para efectos del presente proceso, se entenderá por plataforma tecnológica una solución informática que permita, como mínimo, la captura, indexación, consulta, filtrado, análisis, visualización y exportación de contenidos provenientes de medios de comunicación tradicionales, digitales y redes sociales.

La acreditación de este requisito deberá permitir verificar que la herramienta ofrecida no corresponde a una simple agregación manual de contenidos, ni al uso exclusivo de herramientas gratuitas, buscadores abiertos o servicios de terceros sin control funcional del proponente.

La plataforma deberá cumplir, como mínimo, con las siguientes condiciones:

- estar disponible para uso institucional durante toda la ejecución del contrato;
- permitir acceso web mediante usuario y contraseña;
- permitir consulta de información en tiempo real o en tiempo cercano al tiempo real;
- contar con motor de búsqueda avanzada por palabras clave, fechas, medio, región, vocero, programa o temática;
- permitir descarga de contenidos y exportación de registros en formatos abiertos;
- contar con almacenamiento histórico de la información monitoreada;
- permitir la visualización de métricas e indicadores mediante tableros de control.

Cuando la plataforma no sea propia, el proponente deberá demostrar que cuenta con una licencia, autorización o derecho de uso vigente, otorgado por el titular de la tecnología, que cubra como mínimo el plazo de ejecución contractual y habilite expresamente su utilización para la prestación del servicio ofertado a la Entidad.

La Entidad podrá solicitar, como mecanismo de verificación técnica:

- certificación de propiedad o de licenciamiento de la herramienta;
- documento de autorización de uso emitido por el titular de la plataforma;
- demostración funcional de la herramienta;
- acceso temporal de validación durante la evaluación técnica.

No se entenderá cumplido este requisito cuando el oferente:

- dependa exclusivamente de servicios gratuitos sin trazabilidad técnica;
- no pueda demostrar control operativo sobre la plataforma ofrecida;
- subcontrate íntegramente la plataforma sin acreditación documental del derecho de uso;
- ofrezca una solución genérica sin funcionalidades específicas para monitoreo de medios.

13.2. Infraestructura tecnológica para procesamiento de información mediática.

El proponente deberá acreditar que dispone de la infraestructura tecnológica necesaria para capturar, procesar, almacenar, analizar y consultar información mediática proveniente de medios escritos, radiales, televisivos, digitales y redes sociales, de manera continua, segura y escalable.

Para efectos del presente anexo, la infraestructura tecnológica comprende el conjunto de componentes tecnológicos, lógicos y operativos que soportan la prestación del servicio, incluidos sistemas de rastreo, almacenamiento, procesamiento, consulta, visualización y respaldo de información.

La infraestructura ofrecida deberá permitir, como mínimo:

13.2.1. Captura de información

- rastreo automatizado de contenidos en medios digitales mediante motores de captura o crawler;
- recepción, captura o indexación de contenidos de radio y televisión;
- recolección de publicaciones de redes sociales y plataformas digitales relevantes;
- identificación de menciones directas e indirectas relacionadas con la Entidad.

13.2.2. Procesamiento de información

- indexación de contenidos por variables de consulta;
- clasificación por tipo de medio;
- clasificación por tema, programa, vocero o dependencia;
- clasificación de tono o favorabilidad;
- procesamiento de datos para generación de métricas, tendencias y reportes.

13.2.3. Almacenamiento y conservación

- almacenamiento estructurado de registros mediáticos;
- conservación del archivo histórico durante toda la vigencia contractual;
- respaldo periódico de información;
- recuperación de registros en caso de incidentes tecnológicos.

13.2.4. Consulta y visualización

- consulta de información mediante filtros avanzados;
- visualización gráfica de resultados;
- generación de tableros de control;
- exportación de bases de datos y reportes.

13.2.5. Continuidad operativa

- Funcionamiento continuo del servicio;
- disponibilidad mínima de la plataforma conforme al SLA definido;
- plan de contingencia ante fallas tecnológicas;
- mecanismos de recuperación del servicio.

El proponente deberá acreditar que su infraestructura tecnológica soporta, como mínimo, los siguientes componentes:

- motor de rastreo automatizado o sistema equivalente de captura digital;
- base de datos estructurada para almacenamiento de registros;
- motor de búsqueda e indexación;
- módulo de analítica de datos;
- sistema de alertas automáticas;
- tableros de visualización;
- sistema de respaldo y recuperación;
- mecanismos de autenticación y control de acceso.

La Entidad podrá solicitar evidencia técnica de esta infraestructura mediante:

- descripción de arquitectura tecnológica;
- ficha técnica de la solución;
- demostración funcional;
- relación de componentes tecnológicos que soportan el servicio;
- documento de contingencia y continuidad operativa.

Este requisito tiene como finalidad asegurar que el servicio no dependa únicamente de procesos manuales, sino de una capacidad tecnológica real, suficiente y verificable para atender el volumen, continuidad y complejidad del monitoreo requerido.

13.3. Equipo especializado en análisis mediático

El proponente deberá contar con un equipo de trabajo especializado, suficiente en número y perfil, para garantizar la operación técnica del monitoreo, la validación editorial de la información, el análisis mediático y la elaboración de reportes estratégicos.

El equipo deberá combinar capacidades tecnológicas, analíticas y editoriales, de tal manera que permita no solo recopilar información, sino interpretarla estratégicamente para la toma de decisiones institucionales.

Como mínimo, el proponente deberá acreditar la disponibilidad del siguiente equipo base o equivalente:

13.3.1 Coordinador del servicio

Profesional responsable de la coordinación general, interlocución con la Entidad, control de calidad del servicio y seguimiento al cumplimiento de los indicadores contractuales.

Deberá acreditar experiencia en coordinación de servicios de monitoreo de medios, análisis mediático, comunicaciones estratégicas o inteligencia reputacional.

13.3.2 Analista de medios

Profesional encargado de revisar, clasificar, interpretar y analizar la información monitoreada, así como de elaborar reportes e identificar tendencias informativas, narrativas predominantes y posibles riesgos reputacionales.

Deberá contar con experiencia en análisis de medios, periodismo, comunicación estratégica, reputación institucional o seguimiento informativo.

13.3.3 Analista digital o de redes sociales

Profesional encargado del seguimiento a redes sociales, conversación digital, contenidos virales, hashtags, interacción, percepción y tendencias asociadas a la Entidad.

Deberá acreditar experiencia en monitoreo digital, analítica de redes sociales o inteligencia digital.

13.3.4 Soporte técnico o administrador de plataforma

Perfil encargado del funcionamiento técnico de la herramienta, atención de incidentes tecnológicos, administración de usuarios, continuidad operativa y soporte funcional de la plataforma.

Deberá acreditar experiencia en administración de plataformas tecnológicas, soporte técnico o gestión de herramientas de información.

Sin perjuicio de la estructura interna de cada oferente, la Entidad podrá exigir que el equipo asignado garantice, como mínimo:

- disponibilidad para atención de requerimientos de la supervisión;
- capacidad para operar durante la jornada de monitoreo definida;
- respuesta oportuna a eventos de alto impacto mediático;
- elaboración de alertas, informes y análisis especializados.

El proponente deberá presentar para cada perfil:

- hoja de vida;
- perfil profesional o técnico;
- funciones dentro del contrato;
- formación académica;
- experiencia específica relacionada con las actividades a desarrollar.

La Entidad podrá verificar que la experiencia del equipo guarde relación directa con actividades tales como:

- monitoreo de medios;
- análisis reputacional;
- análisis de medios de comunicación;
- seguimiento digital;
- elaboración de reportes estratégicos;
- inteligencia mediática o comunicaciones estratégicas.

Este requisito busca garantizar que el servicio sea prestado por personal idóneo y no únicamente por operadores administrativos sin capacidad analítica o técnica suficiente.

13.3.5. Experiencia comprobada en monitoreo de medios

El proponente deberá acreditar experiencia específica, comprobable y relacionada directamente con la prestación de servicios de monitoreo de medios, análisis mediático, inteligencia mediática, seguimiento informativo o reputación institucional.

La experiencia exigida deberá evidenciar que el oferente tiene capacidad real para ejecutar servicios de naturaleza similar al objeto contractual, tanto por su complejidad técnica como por su alcance operativo.

Para efectos del presente proceso, solo se considerará experiencia válida aquella relacionada con actividades tales como:

- monitoreo de prensa, radio, televisión, medios digitales o redes sociales;
- elaboración de alertas informativas en tiempo real;
- generación de reportes mediáticos;
- análisis de favorabilidad o reputación mediática;

- monitoreo de conversación digital;
- análisis de tendencias mediáticas;
- inteligencia mediática o reputacional.

La experiencia deberá acreditarse mediante contratos ejecutados, certificados contractuales, actas de liquidación, actas de recibo a satisfacción u otros documentos idóneos que permitan verificar, al menos, la siguiente información:

- nombre del contratante;
- objeto del contrato;
- plazo de ejecución;
- fecha de inicio y terminación;
- alcance del servicio prestado;
- cumplimiento o recibo a satisfacción.

La Entidad podrá exigir que la experiencia presentada tenga relación con uno o varios de los siguientes elementos:

- prestación del servicio a entidades públicas o privadas;
- monitoreo multimedio;
- análisis mediático estratégico;
- cobertura nacional o regional;
- uso de plataformas tecnológicas especializadas.

Con el fin de garantizar experiencia específica y no genérica, la Entidad podrá establecer como criterio habilitante o ponderable un número mínimo de contratos ejecutados en actividades equivalentes al objeto del presente proceso.

La experiencia deberá evidenciar que el proponente ha desarrollado servicios con capacidad de:

- operar monitoreo continuo;
- generar alertas oportunas;
- entregar informes periódicos;
- administrar bases de datos mediáticas;
- realizar análisis reputacional o estratégico.

No se considerará suficiente la acreditación de experiencia genérica en comunicaciones, publicidad, prensa institucional o producción de contenidos, cuando no esté directamente vinculada al monitoreo de medios y análisis mediático.

14 ENTREGA DEL ARCHIVO HISTÓRICO

Al finalizar el contrato, el contratista deberá entregar a la Entidad el archivo histórico completo de la información monitoreada durante la ejecución del contrato, organizado en formato digital estructurado.

Al finalizar la ejecución del contrato, el contratista deberá hacer entrega a la Entidad de la totalidad del archivo histórico de la información monitoreada, correspondiente a todos los registros, soportes, bases de datos, contenidos y productos generados durante la prestación del servicio.

La entrega del archivo histórico deberá realizarse en formato digital estructurado, de manera organizada, íntegra, accesible y verificable, con el fin de garantizar que la Entidad pueda conservar, consultar, reutilizar y auditar la información producida durante la ejecución contractual.

La obligación de entrega del archivo histórico tiene como propósito asegurar la transferencia efectiva del conocimiento, los registros y los insumos derivados del monitoreo de medios, evitando la pérdida de información al cierre del contrato y garantizando la continuidad institucional en la gestión del análisis mediático.

14.1 Alcance de la entrega

La entrega del archivo histórico deberá comprender, como mínimo, la totalidad de la información generada, recopilada, procesada o almacenada por el contratista durante la vigencia contractual, incluyendo:

- registros de prensa escrita;
- registros de radio;
- registros de televisión;
- registros de medios digitales;
- registros de redes sociales;
- informes semanales;
- informes mensuales;
- informes especiales;
- alertas inmediatas emitidas durante la ejecución del contrato;
- bases de datos consolidadas del monitoreo;
- archivos multimedia asociados a los registros;
- reportes analíticos y productos de inteligencia mediática.

La entrega deberá corresponder al universo completo de información monitoreada, y no únicamente a una selección parcial o resumida de registros.

14.2 Contenido mínimo del archivo histórico

El archivo histórico deberá contener, como mínimo, los siguientes componentes:

a. **Base de datos consolidada del monitoreo**

La base de datos deberá incluir la totalidad de los registros generados durante la ejecución contractual, con los campos definidos en el presente anexo técnico, tales como:

- medio de comunicación;
- tipo de medio;
- fecha y hora de publicación o emisión;
- titular de la noticia;
- resumen del contenido;
- autor o periodista, cuando aplique;
- vocero mencionado;
- tema institucional relacionado;
- clasificación de la noticia;
- región de origen del medio;
- enlace o archivo del contenido;
- alcance estimado;
- monetización de free press, cuando aplique.

La base de datos deberá entregarse en un formato estructurado, abierto y editable que permita su consulta posterior por parte de la Entidad.

b. Soportes documentales y archivos asociados

El archivo histórico deberá incluir los soportes digitales asociados a cada registro mediático, según el tipo de medio, tales como:

- archivos PDF de publicaciones impresas o digitales;
- archivos MP3 correspondientes a menciones en radio;
- archivos MP4 correspondientes a menciones en televisión o plataformas audiovisuales;
- capturas, enlaces o archivos equivalentes de publicaciones en redes sociales;
- soportes descargables de contenido digital monitoreado.

Estos soportes deberán permitir a la Entidad verificar el contenido original de las publicaciones monitoreadas.

c. Informes y productos analíticos

El archivo histórico deberá incluir todos los productos analíticos generados durante la ejecución del contrato, entre ellos:

- informes semanales;
- informes mensuales;
- informes especiales;
- reportes a demanda;
- análisis de tendencias mediáticas;
- reportes de reputación mediática;

- matrices de valoración mediática;
- análisis de free press;
- reportes de desinformación, cuando se hayan producido.

d. Registro histórico de alertas

El contratista deberá incluir un consolidado de todas las alertas emitidas durante la ejecución del contrato, indicando como mínimo:

- fecha y hora de generación;
- tema o evento que originó la alerta;
- medio o plataforma de origen;
- nivel de alerta emitido;
- clasificación reputacional asociada, cuando aplique.

Este registro permitirá a la Entidad reconstruir eventos críticos, coyunturas mediáticas o situaciones de riesgo reputacional atendidas durante la ejecución contractual.

14.3 Formato de entrega

La entrega del archivo histórico deberá realizarse en formato digital estructurado, en condiciones que permitan su apertura, consulta, análisis y reutilización por parte de la Entidad, sin depender de licencias adicionales no previstas o de accesos restringidos a sistemas del contratista.

La información deberá entregarse, como mínimo, en alguno o varios de los siguientes formatos, según corresponda:

- base de datos en Excel, CSV o formato equivalente abierto;
- informes en PDF y/o formatos editables cuando la Entidad lo requiera;
- archivos de audio en MP3;
- archivos de video en MP4;
- archivos documentales en PDF;
- carpetas organizadas por tipo de medio, fecha o periodo.

La estructura de carpetas y archivos deberá permitir una navegación clara y ordenada de la información.

14.4 Organización de la información entregada

El archivo histórico deberá presentarse de manera organizada, con criterios de clasificación que faciliten su localización y consulta posterior.

La organización deberá permitir, como mínimo, identificar la información por:

- tipo de medio;
- periodo de análisis;
- fecha;
- tema institucional;
- soporte asociado.

La Entidad podrá solicitar que el archivo histórico se entregue con una estructura de organización específica cuando ello facilite su administración posterior.

14.5 Integridad, consistencia y calidad de la información

El contratista deberá garantizar que el archivo histórico se entregue completo, consistente y sin alteraciones, de tal manera que la información entregada corresponda a la totalidad de los registros generados durante la ejecución del contrato.

La información deberá cumplir con los siguientes criterios mínimos de calidad:

- integridad de registros;
- consistencia entre la base de datos y los soportes documentales;
- trazabilidad de los archivos;
- correcta identificación de cada publicación;
- ausencia de duplicidades innecesarias;
- correspondencia entre los informes y los registros base utilizados para su elaboración.

La Entidad podrá verificar la consistencia de la información entregada mediante revisión selectiva o integral.

14.6 Accesibilidad y consulta posterior

El archivo histórico deberá entregarse en condiciones que permitan a la Entidad:

- consultar los registros sin restricciones operativas;
- reutilizar la base de datos para análisis posteriores;
- acceder a los soportes documentales o multimedia asociados;
- conservar la información como memoria institucional del monitoreo realizado.

La entrega no podrá condicionarse a la continuidad de usuarios activos dentro de la plataforma del contratista, salvo que expresamente se haya pactado una ventana de consulta posterior.

14.7 Acta de entrega y validación

La entrega del archivo histórico deberá formalizarse mediante un proceso de validación por parte de la supervisión del contrato, en el cual se verifique el cumplimiento de los requisitos establecidos en este anexo técnico.

La Entidad podrá solicitar:

- inventario de archivos entregados;
- relación de carpetas y documentos;
- muestra de verificación de registros;
- validación del acceso a la base de datos consolidada;
- corrección de inconsistencias antes de aceptar la entrega final.

La entrega se entenderá cumplida únicamente cuando la Entidad verifique que la información entregada es completa, organizada y funcional para su consulta posterior.

14.8 Oportunidad de la entrega

La entrega del archivo histórico deberá realizarse dentro del plazo de cierre del contrato o en el término que establezca la Entidad en los documentos contractuales, sin perjuicio de que la supervisión pueda solicitar entregas parciales o cortes de respaldo durante la ejecución del contrato.

Cuando la Entidad lo considere necesario, podrá requerir entregas parciales del archivo histórico en momentos previos a la finalización del contrato, especialmente en procesos de empalme, cierre administrativo o transición entre contratistas.

14.9 Finalidad del archivo histórico

La entrega del archivo histórico tendrá como finalidades principales:

- preservar la memoria institucional de la cobertura mediática de la Entidad;
- facilitar el análisis retrospectivo de eventos, campañas y coyunturas;
- permitir auditorías sobre la ejecución del contrato;
- fortalecer la trazabilidad de la información mediática monitoreada;
- asegurar la continuidad de la gestión comunicacional de la Entidad.

15. Demostración obligatoria de plataforma

Con el fin de verificar la existencia, funcionalidad y capacidad real de la solución tecnológica ofrecida para la prestación del servicio de monitoreo de medios, análisis e inteligencia mediática, los proponentes deberán realizar una demostración funcional de la plataforma tecnológica ofrecida, cuando así lo solicite la Entidad durante la etapa de evaluación técnica de las ofertas.

La demostración tendrá como finalidad comprobar que la herramienta propuesta cumple efectivamente con las funcionalidades técnicas requeridas en el presente anexo técnico y que el proponente tiene control operativo sobre la misma.

La Entidad podrá realizar esta verificación como parte del proceso de evaluación de las propuestas, antes de la adjudicación del contrato.

15.1 Objeto de la demostración

La demostración técnica tendrá como propósito verificar que la plataforma tecnológica ofrecida permite:

- capturar información proveniente de medios de comunicación;
- indexar y clasificar contenidos informativos;
- realizar búsquedas avanzadas por palabras clave;
- generar indicadores de análisis mediático;
- emitir alertas informativas en tiempo real o tiempo cercano al tiempo real;
- visualizar información mediante tableros de control;
- exportar bases de datos del monitoreo.

La demostración también permitirá verificar que el sistema se encuentra operativo y funcional al momento de la evaluación, y que no corresponde a una solución hipotética, en desarrollo o no implementada.

15.2 Alcance de la demostración técnica

Durante la demostración de la plataforma, el proponente deberá evidenciar, como mínimo, el funcionamiento de los siguientes componentes:

a. Captura de información mediática

Se deberá demostrar la capacidad de la plataforma para identificar y registrar publicaciones provenientes de:

- medios digitales;
- portales informativos;
- redes sociales;
- otras fuentes de información monitoreadas.

b. Sistema de búsqueda avanzada

El proponente deberá demostrar que la plataforma permite realizar consultas mediante filtros tales como:

- palabras clave;
- medio de comunicación;

- fecha o periodo;
- tipo de medio;
- región;
- tema institucional;
- vocero o actor mencionado.

c. Visualización de registros mediáticos

El sistema deberá permitir visualizar registros del monitoreo que incluyan información como:

- titular de la noticia;
- medio de comunicación;
- fecha de publicación;
- resumen del contenido;
- enlace o soporte del contenido monitoreado.

d. Visualización de indicadores

La demostración deberá permitir observar la generación de indicadores analíticos, tales como:

- volumen de menciones;
- distribución por tipo de medio;
- favorabilidad mediática;
- tendencias informativas.

Estos indicadores deberán visualizarse mediante tableros de control o dashboards.

e. Sistema de alertas

El proponente deberá evidenciar que la plataforma permite configurar y generar alertas informativas mediante palabras clave o eventos relevantes relacionados con la Entidad.

f. Exportación de información

El sistema deberá permitir exportar registros del monitoreo o bases de datos en formatos abiertos como:

- Excel
- CSV
- formatos equivalentes.

15.3 Modalidad de la demostración

La demostración de la plataforma tecnológica podrá realizarse mediante alguna de las siguientes modalidades:

- sesión virtual en tiempo real;
- sesión presencial en las instalaciones de la Entidad;
- acceso temporal de validación a la plataforma;
- presentación funcional guiada por el proponente.

La Entidad definirá el mecanismo de verificación que considere más adecuado.

15.4 Evidencia del control sobre la plataforma

Durante la demostración, el proponente deberá evidenciar que tiene control funcional sobre la plataforma ofrecida, lo cual podrá verificarse mediante:

- acceso administrativo o funcional al sistema;
- evidencia de configuración de palabras clave;
- demostración de funcionalidades de búsqueda o análisis;
- evidencia de que la herramienta se encuentra operativa.

Cuando la plataforma no sea propia del proponente, este deberá demostrar que cuenta con autorización o licencia vigente que le permita utilizarla para la prestación del servicio.

15.5 Consecuencias de no realizar la demostración

Cuando la Entidad solicite la demostración técnica de la plataforma, la no realización de la misma, la imposibilidad de acceder a la herramienta o la evidencia de que la solución tecnológica no cumple con las funcionalidades requeridas podrá ser considerada como incumplimiento de los requisitos técnicos del proceso.

En estos casos, la Entidad podrá declarar que la oferta no cumple con las condiciones técnicas exigidas en el presente anexo.

15.6 Finalidad de la verificación técnica

La demostración de la plataforma tecnológica tiene como finalidad:

- garantizar la existencia real de la solución tecnológica ofrecida;
- verificar la capacidad técnica del proponente para prestar el servicio;
- evitar la presentación de herramientas inexistentes o no operativas;
- asegurar que el monitoreo de medios se realice mediante herramientas tecnológicas especializadas y no exclusivamente mediante procesos manuales.

16. Cláusula de propiedad de datos

Prosperidad Social

Toda la información generada, recopilada, procesada o analizada durante la ejecución del contrato de monitoreo de medios será propiedad exclusiva de la Entidad.

Esto incluye, entre otros, los registros de monitoreo, bases de datos, informes, alertas, indicadores, análisis mediáticos, archivos multimedia y cualquier otro producto derivado del servicio prestado.

La Entidad tendrá pleno derecho a conservar, consultar, utilizar y reutilizar esta información para fines institucionales, sin requerir autorización del contratista.

El contratista no podrá utilizar, divulgar, transferir o comercializar la información generada para fines distintos a la ejecución del contrato, salvo autorización expresa de la Entidad.

Al finalizar el contrato, el contratista deberá entregar la totalidad de la información generada durante la ejecución del servicio, en formatos abiertos y accesibles que permitan su consulta y reutilización por parte de la Entidad.

En constancia de lo anterior, y como manifestación de la aceptación y del compromiso incorporado en el presente documento, se firma el mismo en la ciudad de Chía, a los 29/07/2026



Proponente: FLT COMUNICACIONES S.A.S.

Nombre del Representante Legal: John Edgar Cuchigay Valeriano

Documento de Identificación del Representante Legal: 11.203.304

Firma del Representante Legal: