ESTUDIO DEL SECTOR	
Fecha:	18 de septiembre de 2026
Dependencia Solicitante:	SECRETARIA DE COMUNICACIONES
Objeto a contratar	Promover las estrategias, acciones y resultados de la gobernación del Meta en beneficio de la comunidad, incluidos aquellos relacionados con la promoción de la salud, la prevención de enfermedades y el acceso a los servicios de salud, mediante contenidos divulgados en un medio de comunicación digital.

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

a. **Aspectos generales del mercado**

El mercado de servicios digitales en Colombia presenta una tendencia de crecimiento asociada al incremento en el acceso y uso de internet, la expansión de las plataformas digitales y el mayor consumo de contenidos a través de redes sociales y dispositivos móviles. Este comportamiento ha consolidado los medios digitales como canales relevantes para la divulgación de información y comunicación con la ciudadanía.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Calidad de Vida – ECV 2025 del DANE, durante 2025 el 82,3 % de las personas de 5 años y más utilizó internet en Colombia, mientras que el 73,9 % de los hogares contaba con acceso a internet. Para el departamento del Meta, el acceso a internet alcanzó el 78,8 % de los hogares, porcentaje superior al promedio nacional, evidenciando condiciones favorables para el desarrollo de estrategias de comunicación mediante canales digitales.

Así mismo, el Digital News Report 2026 del Reuters Institute for the Study of Journalism evidencia la consolidación de las redes sociales y plataformas digitales como canales relevantes para el acceso y distribución de información, particularmente mediante contenidos audiovisuales y formatos adaptados al consumo desde dispositivos móviles.

En materia de publicidad digital, el reporte de IAB Colombia correspondiente a 2025, publicado en 2026, registra una inversión aproximada de $3,04 billones en publicidad digital, con un crecimiento del 7,6 % frente al año anterior y una participación del 59 % dentro de la inversión publicitaria total, lo que evidencia la consolidación de este segmento del mercado.

En este contexto, la pauta digital constituye una herramienta para ampliar el alcance de contenidos institucionales mediante mecanismos de segmentación, distribución y medición de resultados. Su utilización permite orientar la información hacia públicos determinados y realizar seguimiento mediante indicadores como alcance, impresiones, reproducciones e interacciones.

Para la Gobernación del Meta, la utilización de servicios de pauta digital resulta pertinente para fortalecer la divulgación de programas, proyectos, servicios, convocatorias y demás acciones de la administración departamental, ampliando la cobertura de la información institucional y facilitando su acceso por parte de la ciudadanía.

Por lo anterior, se identifica un mercado activo y con pluralidad de oferentes relacionado con servicios de publicidad y difusión digital, que permite atender las necesidades institucionales mediante diferentes plataformas y modalidades de prestación del servicio, constituyéndose en una alternativa acorde con las actuales condiciones de acceso y consumo de información de la población.

Fuentes: DANE – Encuesta Nacional de Calidad de Vida 2025; Reuters Institute for the Study of Journalism – Digital News Report 2026; IAB Colombia – Reporte de Inversión en Publicidad Digital 2025. Información disponible con corte a agosto de 2026.

Económico

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

Sector Terciario: (servicios):

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

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

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB 2026)

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

Según la información oficial del DANE, a julio de 2026, la variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) fue de **6,03 %**, frente al 4,90 % registrado en julio de 2025. En lo corrido del año, la variación del IPC alcanzó el 4,94 % en 2026, superior al 4,02 % observado en el mismo período de 2025. Por su parte, la variación

mensual en julio de 2026 fue de 0,17 %, frente al 0,28 % registrado en julio de 2025. Estos resultados reflejan el comportamiento de los precios de los bienes y servicios que componen la canasta de consumo de los hogares colombianos (ver Tabla 1).

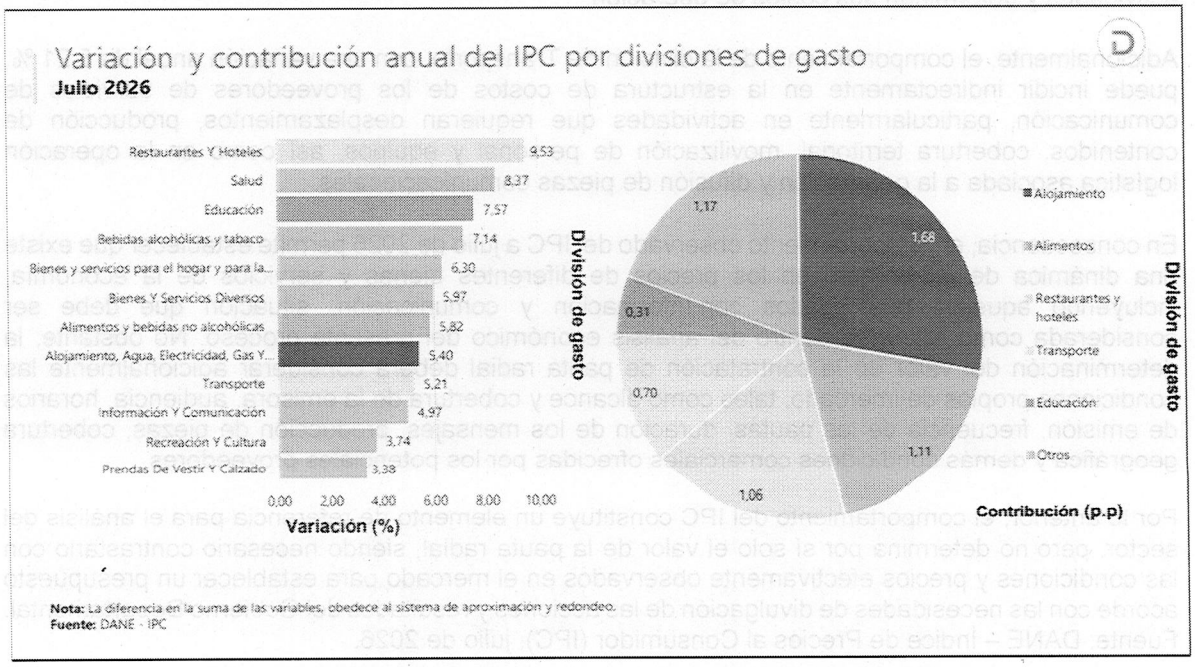
Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación mensual, año corrido y anual
Total nacional
2025 - 2026 (julio)

IPC	julio					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,28	0,17	4,02	4,94	4,90	6,03

Fuente: DANE, IPC

En julio de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,17%, la variación año corrido fue 4,94% y la anual 6,03%. En julio de 2026 la variación anual del IPC fue 6,03%, es decir, 1,13 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 4,90%. El comportamiento mensual del IPC total en julio de 2026 (0,17%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Restaurantes y hoteles. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,55%) y Salud (0,38%).



Comportamiento del IPC por divisiones de gasto – julio de 2026

Según la información presentada por el DANE en la gráfica "Variación y contribución anual del IPC por divisiones de gasto – julio de 2026", se evidencia que durante los últimos doce meses los mayores incrementos de precios se concentraron en diferentes componentes de bienes y servicios de la economía, destacándose Restaurantes y hoteles, con una variación anual de 9,53 %; Salud,

con 8,37 %; Educación, con 7,57 %; y Bebidas alcohólicas y tabaco, con 7,14 %. Estos resultados reflejan un escenario de incremento generalizado en los costos de bienes y servicios, aspecto relevante para el análisis económico de los procesos de contratación pública.

En particular, la división de Restaurantes y hoteles presentó la mayor variación anual, con 9,53 %, seguida por Salud (8,37 %) y Educación (7,57 %). Asimismo, se registraron variaciones importantes en Bienes y servicios para el hogar (6,30 %), Bienes y servicios diversos (5,97 %), Alimentos y bebidas no alcohólicas (5,82 %), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (5,40 %) y Transporte (5,21 %). Este comportamiento evidencia presiones sobre los costos de operación, logística, desplazamiento y demás actividades que hacen parte de la prestación de servicios en la economía.

Para efectos del presente estudio de sector relacionado con la contratación de servicios de difusión radial para la divulgación de información generada a partir de las acciones adelantadas por el Gobierno Departamental, resulta especialmente relevante el comportamiento de la división de Información y comunicación, la cual registró una variación anual de 4,97 % a julio de 2026. Si bien este incremento se encuentra por debajo de las divisiones con mayores variaciones, evidencia un aumento en los precios asociados a bienes y servicios relacionados con las comunicaciones y las tecnologías de información.

Este comportamiento resulta pertinente para el proceso de contratación, toda vez que la prestación del servicio de pauta radial se encuentra vinculada al sector de información y comunicación y comprende actividades relacionadas con la producción, emisión y divulgación de contenidos dirigidos a la ciudadanía. En este contexto, la evolución de los precios del sector constituye un referente para analizar las condiciones económicas bajo las cuales los potenciales proveedores desarrollan sus actividades y determinan sus costos de operación.

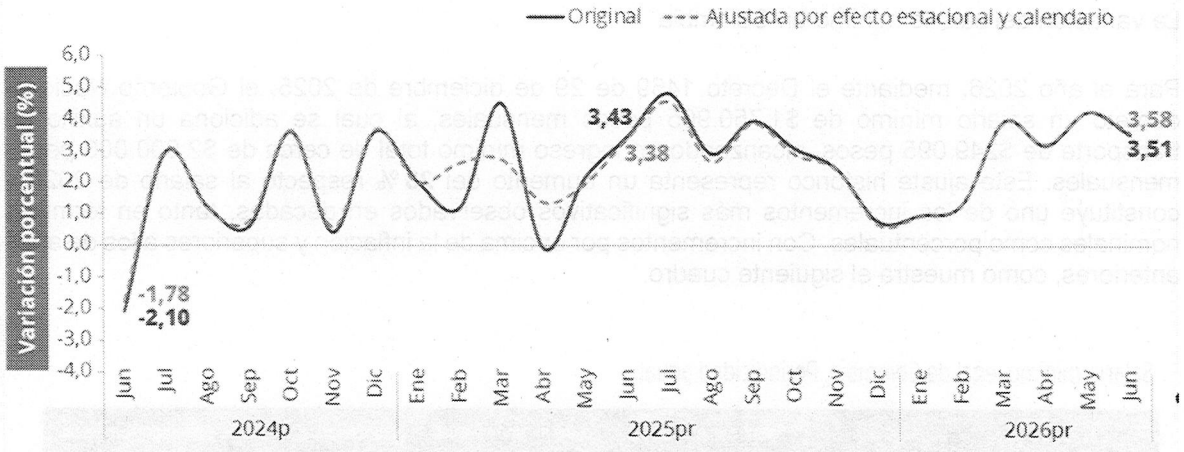
Adicionalmente, el comportamiento de la división de Transporte, con una variación anual de 5,21 %, puede incidir indirectamente en la estructura de costos de los proveedores de servicios de comunicación, particularmente en actividades que requieran desplazamientos, producción de contenidos, cobertura territorial, movilización de personal y equipos, así como en la operación logística asociada a la generación y difusión de piezas comunicacionales.

En consecuencia, el comportamiento observado del IPC a julio de 2026 permite establecer que existe una dinámica de incremento en los precios de diferentes bienes y servicios de la economía, incluyendo aquellos relacionados con Información y comunicación, situación que debe ser considerada como referente dentro del análisis económico del presente proceso. No obstante, la determinación del valor de la contratación de pauta radial deberá considerar adicionalmente las condiciones propias del mercado, tales como alcance y cobertura de la emisora, audiencia, horarios de emisión, frecuencia de las pautas, duración de los mensajes, producción de piezas, cobertura geográfica y demás condiciones comerciales ofrecidas por los potenciales proveedores.

Por lo anterior, el comportamiento del IPC constituye un elemento de referencia para el análisis del sector, pero no determina por sí solo el valor de la pauta radial, siendo necesario contrastarlo con las condiciones y precios efectivamente observados en el mercado para establecer un presupuesto acorde con las necesidades de divulgación de las acciones y resultados del Gobierno Departamental. Fuente: DANE – Índice de Precios al Consumidor (IPC), julio de 2026.

Indicador de seguimiento a la Economía (ISE)

Tasa de crecimiento anual del Índice del Indicador de Seguimiento a la Economía
Serie original y serie ajustada por efecto estacional y calendario
2024p - 2026pr (junio)



Fuente: DANE, ISE
pr: preliminar
p: provisional

- Las actividades terciarias mantienen una tendencia ascendente en términos desestacionalizados. Esto indica una expansión relativamente persistente del conjunto de servicios y actividades que componen este sector.
- En marzo de 2026, por ejemplo, la serie original registró 144,16, con un crecimiento anual de 5,26%, mientras que la serie ajustada llegó a 143,36, creciendo 5,34% anual.
- El sector terciario incluye comercio, transporte, alojamiento y comidas, información y comunicaciones, actividades financieras, inmobiliarias, profesionales, administración pública, educación, salud, entretenimiento, entre otras.
- Por tanto, la evolución de este índice es un indicador importante de la fortaleza de la demanda interna y de la actividad de servicios en Colombia.

Información y comunicaciones

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Segundo trimestre 2026pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2026pr-II / 2025pr-II	2026pr / 2025pr	2026pr-II / 2026pr-I
Información y comunicaciones	-0,1	0,7	0,3

Fuente: DANE, PIB_T

En el segundo trimestre de 2026pr, el valor agregado de información y comunicaciones decrece 0,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr . Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 0,3%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8)

La variación del salario mínimo en Colombia

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

Salario mínimo legal de Colombia. Periodicidad anual.

Fecha (Año)	Decreto gobierno nacional	Salario mínimo diario (COP)	Salario mínimo mensual (COP)	Variación anual (%)	Auxilio de transporte mensual (COP)
2026	1469 de diciembre 29 de 2025	58.363,50	1.750.905	23,00	249.095
2025	1572 de diciembre 24 de 2024	47.450,00	1.423.500	9,50	200.000
2024	2292 de diciembre 29 de 2023	43.333,33	1.300.000	12,07	162.000
2023	2613 de diciembre 28 de 2022	38.666,67	1.160.000	16,00	140.606
2022	1724 de diciembre 15 de 2021	33.333,33	1.000.000	10,07	117.172

Fuente:
https://suameca.banrep.gov.co/estadisticas-economicas-back/reporte-dv.html?path=salario_minimo

Durante el período 2022–2026, el salario mínimo legal vigente en Colombia presentó una tendencia creciente, pasando de $1.000.000 en 2022 a $1.750.905 en 2026, equivalente a un incremento acumulado aproximado del 75,1 %. Para 2026 se registra un incremento anual del 23,0 %, el más alto del período analizado. De manera complementaria, el auxilio de transporte pasó de $117.172 en 2022 a $249.095 en 2026, con un crecimiento acumulado aproximado del 112,6 %. Este comportamiento constituye un factor relevante para el análisis de costos laborales y de operación de las actividades económicas, particularmente en el sector servicios y en actividades intensivas en recurso humano, como las relacionadas con comunicaciones, publicidad, producción de contenidos y servicios digitales. A su vez, el aumento de los ingresos laborales puede favorecer la capacidad de consumo de los hogares y dinamizar la demanda interna.

Tasa Representativa del Mercado (TRM)

De acuerdo con la información de la Superintendencia Financiera de Colombia, la Tasa Representativa del Mercado (TRM) presentó durante 2026 un comportamiento predominantemente descendente, aunque con fluctuaciones a lo largo del período. La TRM es calculada diariamente y certificada por la Superintendencia Financiera de Colombia, constituyéndose en un indicador de referencia para las operaciones relacionadas con la tasa de cambio entre el peso colombiano y el dólar estadounidense.

GRÁFICA DEL PRECIO DEL DÓLAR EN EL AÑO 2026



De acuerdo con la información de la Superintendencia Financiera de Colombia, la Tasa Representativa del Mercado (TRM) presentó durante 2026 un comportamiento predominantemente descendente, aunque con fluctuaciones a lo largo del período. La TRM es calculada diariamente y certificada por la Superintendencia Financiera de Colombia, constituyéndose en un indicador de referencia para las operaciones relacionadas con la tasa de cambio entre el peso colombiano y el dólar estadounidense.

Durante los primeros meses de 2026, la tasa de cambio presentó variaciones alrededor de niveles cercanos a $3.600 y $3.800 pesos por dólar, con períodos de recuperación temporal. Sin embargo, a partir del segundo trimestre se evidencia una tendencia descendente más marcada, particularmente durante los meses de junio y julio.

En julio de 2026, la TRM pasó de $3.440,83 por dólar el 1 de julio a $3.132,42 el 31 de julio, registrando una disminución de $308,41, equivalente aproximadamente al 8,96 % durante el mes. Adicionalmente, el valor registrado al cierre de julio representó una disminución aproximada del 25,06 % frente al mismo día de julio de 2025, evidenciando una importante apreciación del peso colombiano frente al dólar.

Este comportamiento constituye un factor relevante para el análisis económico del sector de servicios y comunicaciones, dado que una menor tasa de cambio puede favorecer, en términos relativos, la adquisición de bienes y servicios con componentes denominados en dólares. Entre estos se encuentran determinados equipos tecnológicos, computadores, cámaras, equipos audiovisuales, dispositivos de comunicación, software, licencias y herramientas digitales utilizadas para la producción y difusión de contenidos.

En el caso específico de las actividades de comunicaciones, publicidad, producción audiovisual, radial y servicios digitales, una reducción de la TRM puede contribuir a mejorar las condiciones de adquisición de algunos insumos y tecnologías importadas, disminuyendo el valor equivalente en pesos de los bienes y servicios cotizados en moneda extranjera. No obstante, este efecto debe analizarse conjuntamente con otros factores económicos, particularmente los costos laborales, la inflación, los costos de operación y las condiciones de los mercados tecnológicos.

En este contexto, a julio de 2026, el comportamiento de la TRM evidencia una tendencia de apreciación del peso colombiano frente al dólar, generando un entorno relativamente favorable para las actividades que requieren componentes tecnológicos o servicios adquiridos en moneda extranjera. Para los procesos de planeación y contratación relacionados con comunicaciones y servicios digitales, este comportamiento puede contribuir a una mayor capacidad de adquisición de determinados bienes y herramientas tecnológicas, aunque se recomienda considerar la volatilidad del mercado cambiario al momento de proyectar costos y presupuestos.

Técnico:

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

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

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

CONDICIONES TÉCNICAS EXIGIDAS:

- Contar con una página web y que se encuentre activa a la hora de presentar la propuesta. Anexar certificación del registro del dominio de la página web.
- Informe analítico de los últimos 30 días y contar con redes sociales del mismo portal web (Facebook, Instagram, X, entre otras.).

ITEM	ACTIVIDAD	Cantidad Total
1	Publicación de un banner de 400X350 pixeles ubicado en la parte superior derecha de la página de inicio del portal web, con vínculo directo a la página de la Gobernación del Meta, (www.meta.gov.co).	2

2	Emisión de banner digital publicitario de 2160 pixeles de ancho X 330 pixeles de alto, con contenido de las acciones del gobierno departamental en video y noticias informativas, a través de Facebook, Instagram y /o tik tok.	8
3	Creación de contenido audiovisual con información institucional, de eventos, ruedas de prensa y/o entrevistas, a través de las redes sociales Facebook, Instagram y /o tik tok., con una duración mínima de 2 minutos.	4
4	Publicación de historias en las redes sociales (Instagram o Facebook) con contenido institucional del gobierno departamental.	10
5	Publicación de boletines electrónicos y artículos sobre las acciones del Gobierno departamental en su portal web con contenido mínimo de 400 caracteres.	4
6	Publicación de contenido de imágenes, videos o piezas graficas con información de las acciones y programas del gobierno departamental, a través de las redes sociales	8

Se requiere para cada mes: 1. Realizar la publicación **Un (1)** banner de 400X350 pixeles ubicado en la parte superior derecha de la página de inicio del portal web, con vínculo directo a la página de la Gobernación del Meta, (www.meta.gov.co). 2. Emisión de **Cuatro (4)** banner digital publicitario de 2160 pixeles de ancho X 330 pixeles de alto, con contenido de las acciones del gobierno departamental en video y noticias informativas, a través de Facebook, Instagram y /o tik tok. 3. Creación de **Dos (2)** contenido audiovisual con información institucional, de eventos, ruedas de prensa y/o entrevistas, a través de las redes sociales Facebook, Instagram y /o tik tok., con una duración mínima de 2 minutos. 4. Publicación de **Cinco (5)** historias en las redes sociales (Instagram o Facebook) con contenido institucional del gobierno departamental. 5. Publicación de **Dos (2)** boletines electrónicos y artículos sobre las acciones del Gobierno departamental en su portal web con contenido mínimo de 400 caracteres. 6.Publicación de **Cuatro (4)** contenidos de imágenes, videos o piezas graficas con información de las acciones y programas del gobierno departamental, a través de las redes sociales. Término de ejecución de Dos (2) meses, para un valor total de Seis millones de pesos moneda corriente ($6.000.000), mediante un medio de comunicación digital.

Marco Regulatorio:

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

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

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

Otros Aspectos:

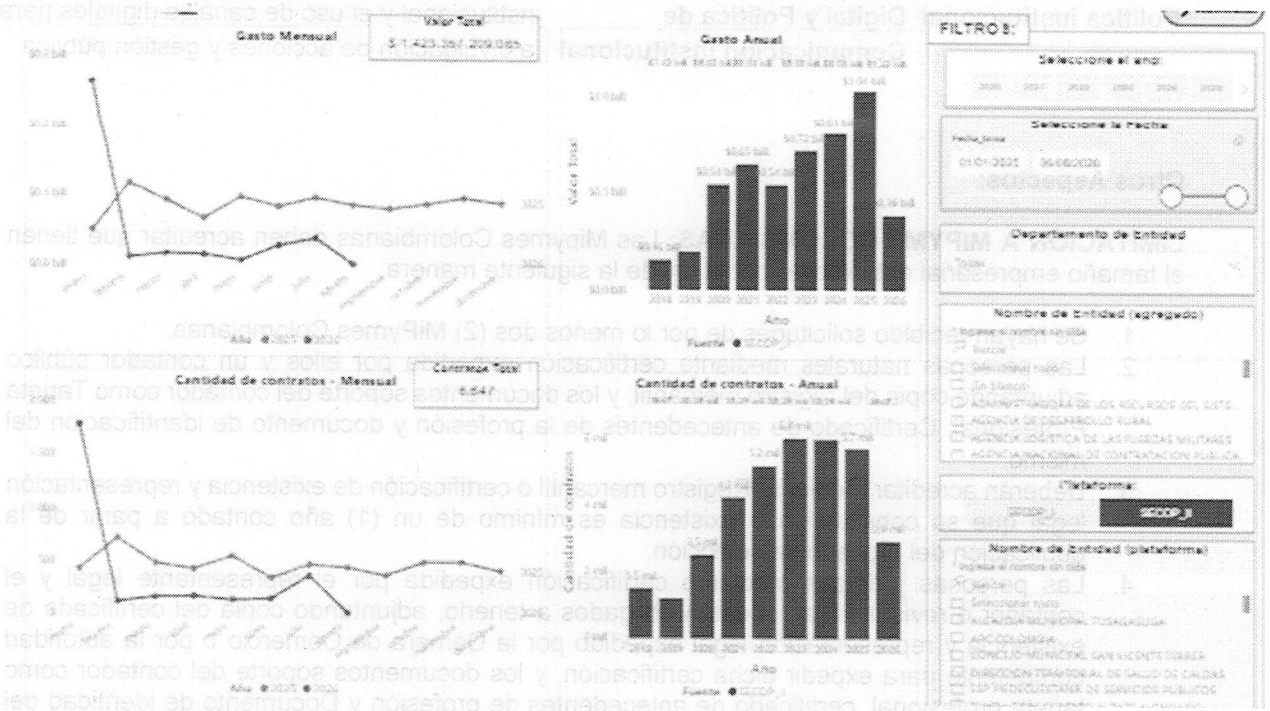
LIMITACIÓN A MIPYME COLOMBIANAS: Las Mipymes Colombianas deben acreditar que tienen el tamaño empresarial establecido por la ley de la siguiente manera:

1. Se hayan recibido solicitudes de por lo menos dos (2) MiPymes Colombianas.
2. Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público adjuntando copia del registro mercantil, y los documentos soporte del contador como Tarjeta Profesional, Certificado de antecedentes de la profesión y documento de identificación del mismo.
3. Deberán acreditar mediante Registro mercantil o certificación de existencia y representación legal que su constitución o existencia es mínimo de un (1) año contado a partir de la publicación del proceso de selección.
4. Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligados a tenerlo, adjuntando copia del certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente para expedir dicha certificación, y los documentos soporte del contador como tarjeta profesional, certificado de antecedentes de profesión y Documento de identidad del mismo.
5. Para la acreditación deberá observarse los rasgos de clasificación empresarial establecidos de conformidad con la ley 590 de 2000 y el decreto 1074 de 2015, o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen.
6. Las MiPyme también podrán acreditar esta condición con la copia de certificado del Registro Único de proponentes, el cual deberá encontrarse vigente y en firme al momento de su presentación.
7. Para efectos de la limitación a MiPyme, los proponentes aportaran la copia del registro mercantil, del certificado de existencia y representación legal o del Registro único de proponentes, según corresponda conforme a las reglas precedentes, con una fecha de máximo sesenta (60) días calendario anteriores a la prevista en el cronograma del Proceso de contratación para el inicio del plazo para solicitar la convocatoria limitada.
8. En las convocatorias limitadas solo deberán aceptar las ofertas de MiPymes o de proponentes plurales integrados únicamente por MiPymes.
9. Los incentivos previstos en los artículos 2.2.1.2.4.2.2 y 2.2.1.2.4.2.3. de este Decreto no excluyen la aplicación de los criterios diferenciales para los emprendimientos y empresas de mujeres en el sistema de compras públicas.

A. ESTUDIO DE LA DEMANDA

Para el análisis de la demanda y de las dinámicas del gasto en inversión pública en procesos con características similares de difusión o divulgación de información del Gobierno al presente contrato,

a continuación se revisara el Modelo de Abastecimiento Estratégico de Colombia Compra Eficiente, y para este contexto, los servicios de divulgación digital, gestión de redes sociales y producción de contenidos multimedia y radiales requeridos que se alinean con las directrices del plan de medios para el fortalecimiento de la comunicación institucional y la optimización del gasto público, mediante la contratación eficiente de proveedores especializados en Colombia Compra Eficiente encontrando los siguientes resultados:



Fuente: Colombia Compra Eficiente – Herramienta de visualización para el análisis de la demanda y oferta. Familia UNSPSC 8210 – Publicidad. Información consultada con corte al **6 de agosto de 2026**.

- Análisis Histórico de la Demanda (Volumen y Valor)

De acuerdo con el comportamiento histórico de la contratación asociada a la familia UNSPSC 8210 – Publicidad, se evidencia una demanda pública sostenida de servicios de publicidad y difusión, con una tendencia creciente en el valor contratado durante las últimas vigencias. Para el período objeto de consulta, la herramienta registra un valor total contratado de aproximadamente $1,423 billones y 8.647 contratos.

El comportamiento anual evidencia un crecimiento progresivo del gasto, alcanzando aproximadamente $1,01 billones en 2025, frente a valores inferiores registrados en las vigencias anteriores. Para 2026 se registra aproximadamente $0,39 billones a corte del 6 de agosto, cifra que corresponde a una vigencia aún en ejecución y, por tanto, no debe compararse directamente con el valor anual completo de 2025.

Este comportamiento permite identificar la existencia de una demanda institucional consolidada por servicios de publicidad, dentro de la cual se encuentran diferentes modalidades de difusión y medios de comunicación. Para efectos del presente proceso, esta tendencia constituye un referente de la dinámica del mercado de servicios publicitarios y de la capacidad del sector proveedor para atender requerimientos de las entidades públicas.

Segmentación de la Demanda por Modalidad

El comportamiento observado en el número de contratos evidencia una demanda distribuida entre múltiples procesos de contratación. Para la vigencia 2025 se registran aproximadamente 5.700 contratos, mientras que para 2026 se identifican alrededor de 2.900 contratos a 6 de agosto.

La relación entre el valor contratado y el número de procesos permite observar que la contratación de servicios de publicidad se encuentra conformada por múltiples adquisiciones de diferentes escalas, lo cual evidencia la participación de requerimientos específicos y segmentados de acuerdo con las necesidades de las entidades contratantes.

En este contexto, la Mínima Cuantía constituye una modalidad pertinente para aquellos requerimientos cuyo valor se encuentre dentro de los límites establecidos para dicha modalidad, particularmente cuando se trata de servicios específicos de pauta y difusión que pueden ser atendidos por proveedores especializados del mercado. No obstante, la gráfica general de la familia 8210 debe complementarse con el filtro específico de modalidad para establecer el comportamiento exclusivo de los procesos contratados mediante Mínima Cuantía.

- Estacionalidad y Ciclos de Compra

El comportamiento mensual presentado en la gráfica evidencia variaciones durante las vigencias 2025 y 2026, con una mayor concentración de contratación en determinados meses y fluctuaciones asociadas a los ciclos presupuestales y de planeación de las entidades públicas.

Para 2026 se observa una mayor actividad contractual durante los primeros meses del año, seguida de una reducción en los meses posteriores. A corte del 6 de agosto de 2026, se registran aproximadamente 2.900 contratos y $0,39 billones contratados, lo que representa información parcial de la vigencia.

Este comportamiento resulta consistente con la dinámica propia de la contratación pública, en la cual las entidades desarrollan sus procesos de adquisición de acuerdo con la programación presupuestal, las necesidades de comunicación y los planes institucionales de cada vigencia. Para servicios de pauta digital con difusión de información institucional, la programación oportuna del proceso permite atender las necesidades de divulgación durante el período de ejecución y garantizar continuidad en la comunicación de programas, proyectos, campañas y resultados de gestión.

- Proyección de la Demanda para la Vigencia 2026

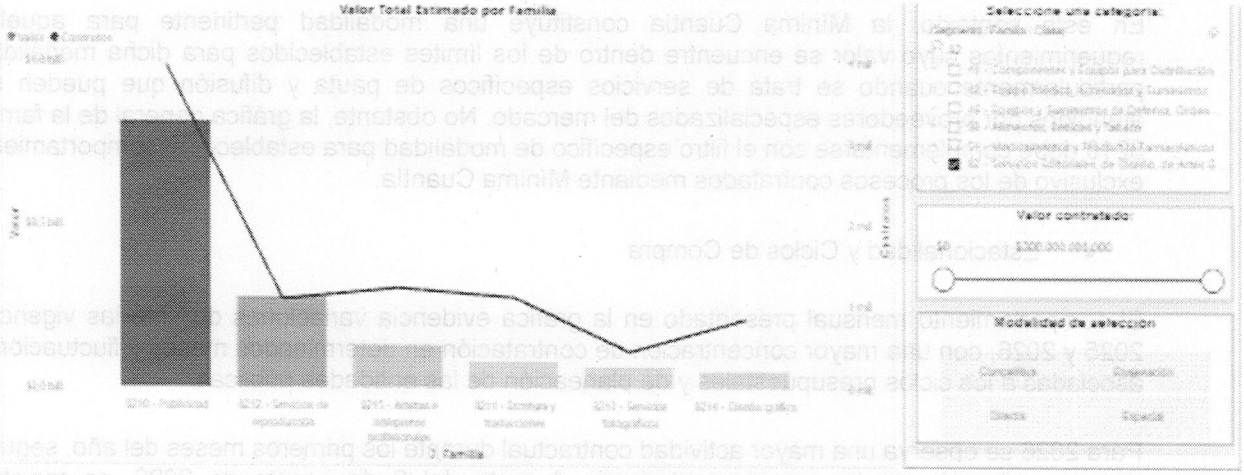
Con base en el comportamiento histórico observado y en los resultados registrados para 2025 y lo corrido de 2026, se evidencia que existe una demanda pública activa y recurrente por servicios asociados a publicidad y difusión. El registro de aproximadamente 2.900 contratos y $0,39 billones durante 2026 a corte del 6 de agosto demuestran que la contratación del sector continúa desarrollándose durante la presente vigencia.

Si bien el valor registrado para 2026 aún es inferior al de 2025, esta diferencia responde principalmente a que 2026 corresponde a una vigencia en ejecución y el período observado no comprende la totalidad del año. Por lo tanto, no resulta técnicamente adecuado proyectar una disminución definitiva de la demanda con base únicamente en el valor acumulado a agosto.

Para el proceso de pauta digital con difusión de información institucional, estos resultados permiten establecer que existe un mercado proveedor con experiencia en la atención de requerimientos de

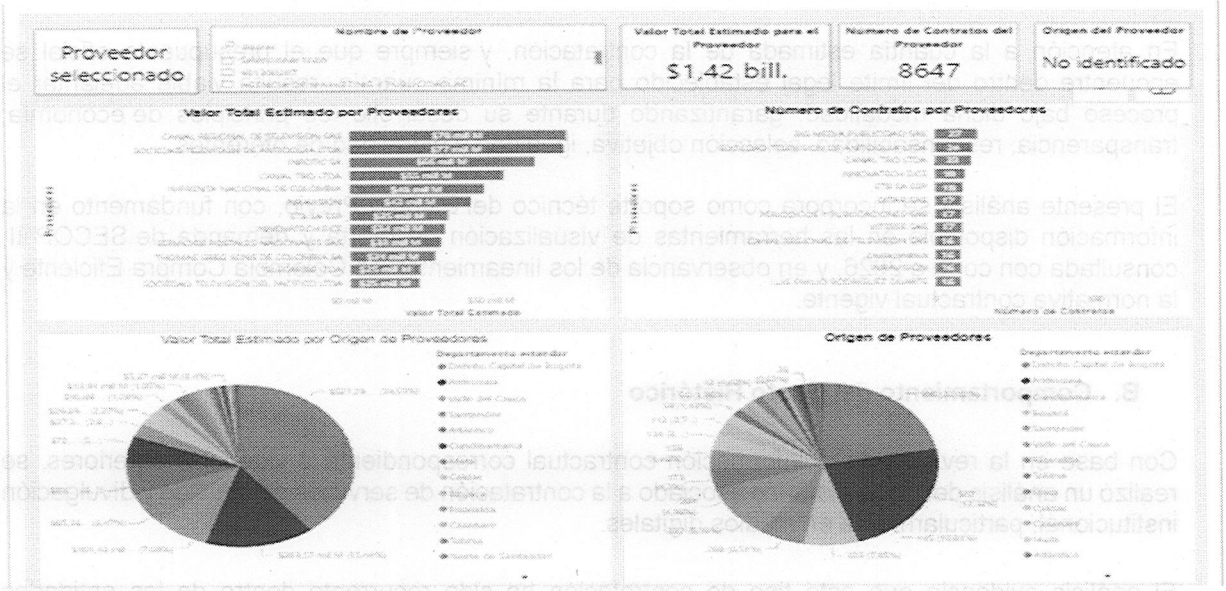
publicidad institucional. La recurrencia de procesos de contratación evidencia condiciones de oferta y demanda que favorecen la concurrencia de proveedores, siempre que el requerimiento se estructure de acuerdo con las características del servicio, cantidad de piezas publicadas, realización de publicaciones Online, tiempo de publicación, redes sociales impactadas, frecuencia, reacciones y demás condiciones técnicas requeridas.

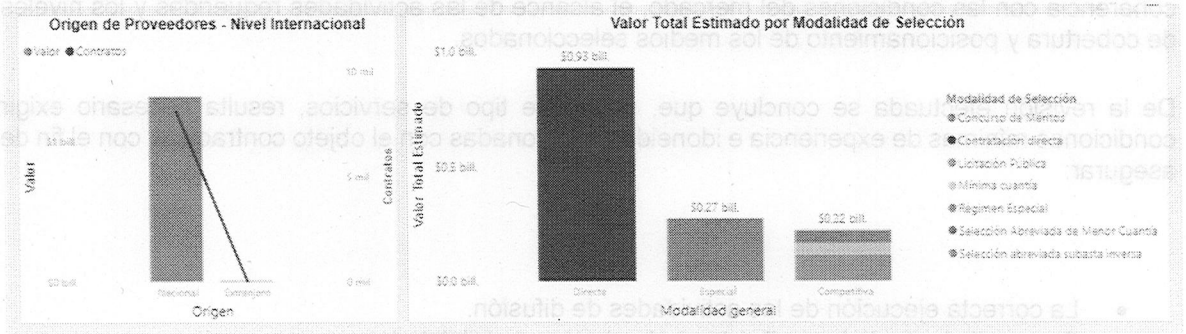
En consecuencia, el comportamiento de la demanda pública permite considerar que para la vigencia 2026 existe un mercado activo para la prestación de servicios de publicidad y difusión, dentro del cual se encuentra la pauta digital, constituyendo un referente favorable para la estructuración del proceso de contratación.



Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2025			2026			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8210 - Publicidad	2648	$589.959.508.291	41,45%	1303	$228.670.523.069	16,07%	3949	$818.630.031.360	57,51%
8212 - Servicios de reproducción	717	$214.543.288.567	15,07%	369	$64.051.730.225	4,50%	1086	$278.595.018.792	19,57%
8215 - Artistas e intérpretes profesionales	887	$108.644.805.060	7,51%	336	$23.589.905.178	1,66%	1223	$130.534.710.238	9,17%
8211 - Escritura y traducciones	665	$47.479.586.820	3,34%	441	$32.396.405.727	2,28%	1106	$79.874.992.547	5,61%
8213 - Servicios fotográficos	278	$44.893.228.680	3,14%	165	$19.918.231.130	1,40%	441	$64.611.557.810	4,54%
8214 - Diseño gráfico	516	$33.236.393.384	2,34%	326	$17.874.499.954	1,26%	842	$51.110.898.338	3,59%
Total	5707	$1.036.755.913.802	72,84%	2940	$386.601.295.283	27,16%	8647	$1.423.357.209.085	100,00%





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

De acuerdo con la información analizada y con corte a 2026, se evidencia la existencia de un mercado activo y con demanda recurrente para la contratación de servicios de publicidad, producción y divulgación de contenidos institucionales. La familia 8210 – Publicidad presenta la mayor participación dentro de las categorías analizadas, con 3.949 contratos y un valor aproximado de $818.630 millones, lo que demuestra la relevancia de este tipo de servicios dentro de la contratación pública.

Así mismo, la presencia de múltiples proveedores, la diversidad de empresas vinculadas a medios de comunicación, la participación de proveedores de diferentes regiones del país y el predominio de proveedores de origen nacional permiten establecer que existe una oferta suficiente y plural para atender necesidades relacionadas con la divulgación institucional mediante diferentes canales de comunicación.

En consecuencia, el análisis del mercado permite concluir que existen condiciones de oferta y demanda que posibilitan la contratación de espacios radiales, digitales y televisivos para la divulgación de información institucional del Gobierno Departamental del Meta, encontrándose el mercado en capacidad de atender las necesidades requeridas por la Entidad.

En atención a la cuantía estimada de la contratación, y siempre que el presupuesto oficial se encuentre dentro del límite legal establecido para la mínima cuantía, resulta viable adelantar el proceso bajo dicha modalidad, garantizando durante su desarrollo los principios de economía, transparencia, responsabilidad, selección objetiva, igualdad y pluralidad de oferentes.

El presente análisis se incorpora como soporte técnico del Estudio Previo, con fundamento en la información disponible en las herramientas de visualización de oferta y demanda de SECOP II, consultada con corte a 2026, y en observancia de los lineamientos de Colombia Compra Eficiente y la normativa contractual vigente.

B. Comportamiento del Gasto Histórico

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

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

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

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

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

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

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

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

ENTIDAD	**Gobernación del Meta**
NÚMERO DE PROCESO	GCSJ-MC-093-2025
MODALIDAD	Mínima cuantía
No. CONTRATO	2177 DE 2025
OBJETO:	Difundir las acciones y resultados alcanzados por el Gobierno Departamental, así como el desarrollo del programa alimentación y nutrición Casabe, a través de un medio de comunicación digital.
VALOR CONTRATO	$12.000.000
PLAZO DE EJECUCIÓN	ejecución dos (02) meses
FORMA DE PAGO	EL DEPARTAMENTO pagará al contratista el valor de ejecución del contrato así: Dos (2) mensualidades vencidas de igual valor correspondiente a la ejecución del contrato, previa presentación del informe de actividades en cumplimiento a la ejecución de las obligaciones específicas con los soportes establecidos en los mismos; certificación de cumplimiento expedido por el supervisor y acreditación de que se encuentra a paz y salvo el contratista con los aportes al Sistema Integral de Seguridad Social (EPS, Fondo de Pensiones y ARL) y demás requisitos que le sean aplicables Parágrafo: El último pago estará sujeto a la suscripción del acta de liquidación del contrato.
CAPACIDAD TÉCNICA	Establecer los criterios de experiencia mínima requerida por la entidad para el cumplimiento idóneo del objeto contractual. EXPERIENCIA DEL PROPONENTE: 1. El oferente deberá acreditar la celebración de hasta un (1) contrato, cuyas actividades sean de características relacionadas con el objeto del presente proceso de selección pública y su valor sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial. • Si la experiencia es con entidad pública, el oferente deberá anexar, acta de finalización y/o liquidación. • Si la experiencia es con particulares el oferente deberá soportarla con la correspondiente factura(s) y su respectiva resolución expedida por la DIAN o cuenta de cobro con su respectivo comprobante de pago, certificado del contador y certificación expedida por la entidad que contrató el servicio, la cual deberá tener como mínimo la Siguiente información: -Nombre la empresa -Nombre del contratista -Número del contrato -Objeto del contrato -Fecha de suscripción del contrato (día-mes-año) -Fecha de terminación del contrato(día-mes-año) -Fecha de expedición de la certificación (día-mes-año) -Valor del contrato y de las adiciones si tuvo lugar -Cargo y firma de quien expide la certificación. -Si se trata de un consorcio o una unión temporal, anexar acta de constitución del consorcio o unión temporal, se debe señalar el nombre de quienes lo conforman y el porcentaje de participación de cada uno de los miembros.

	2. El oferente debe acreditar compra del hosting y dominio de la página web donde se evidencie que se encuentra activo y en funcionamiento durante el periodo del contrato, anexando copia de la factura expedida por el proveedor correspondiente. 3. Acreditar mediante Cámara de Comercio que el sitio Web cuenta con una antigüedad mínima de tres (3) años, así mismo certificar que es de carácter periodístico con domicilio en el departamento del Meta y/o Villavicencio, además deberá anexar evidencia de las publicaciones de las noticias regionales del mes anterior a la publicación del presente proceso de selección. 4. Acreditar que la página web cuenta con redes sociales tales como (Facebook, Instagram, X, entre otras), y además acreditar que cuenta con mínimo 150.000 seguidores en una de ellas.
No. DE OFERENTES	1
PROPONENTE ADJUDICATARIO	GUSTAVO ADOLFO RODRIGUEZ SALAZAR

ENTIDAD	**Gobernación del Meta**
NÚMERO DE PROCESO	GCSJ-MC-100-2025
MODALIDAD	Mínima Cuantía
No. CONTRATO	2130 DE 2025
OBJETO:	DIFUNDIR LAS CAMPAÑAS ESTRATEGIAS Y GESTIÓN ALCANZADA POR EL GOBIERNO DEPARTAMENTAL PARA MEJORAR EL RECAUDO DE IMPUESTOS EN EL META A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL
VALOR CONTRATO	6.000.000 COP
PLAZO DE EJECUCIÓN	Dos (2) meses
FORMA DE PAGO	FORMA DE PAGO: EL DEPARTAMENTO pagara al contratista el valor de ejecucion del contrato asi: Dos (2) mensualidades vencidas de igual valor correspondiente a la ejecución del contrato, previa presentación del informe de actividades en cumplimiento a la ejecución de las obligaciones específicas con los soportes establecidos en los mismos; certificación de cumplimiento expedido por el supervisor y acreditación de que se encuentra a paz y salvo el contratista con los aportes al Sistema Integral de Seguridad Social (EPS, Fondo de Pensiones y ARL) y demás requisitos que le sean aplicables.
CAPACIDAD TÉCNICA	CAPACIDAD TECNICA: Establecer los criterios de experiencia mínima requerida por la entidad para el cumplimiento idóneo del objeto contractual. 1. El oferente debera acreditar la celebración de hasta un (1) contrato, cuyas actividades sean de características relacionadas con el objeto del presente proceso de selección pública y su valor sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial. Si la experiencia es con entidad pública, el oferente deberá anexar, acta de finalización y/o liquidación. Si la experiencia es con particulares el oferente deberá soportarla con la correspondiente factura(s) y su respectiva resolución expedida por la DIAN o cuenta de cobro con su respectivo comprobante de pago, certificado del contador y certificación expedida por la entidad que contrato el servicio, la cual deberá tener como mínimo la Siguiente información: -Nombre la empresa -Nombre del contratista -Número del contrato

	-Objeto del contrato -Fecha de suscripción del contrato (día-mes-año) -Fecha de terminación del contrato(día-mes-año) -Fecha de expedición de la certificación (día-mes-año) -Valor del contrato y de las adiciones si tuvo lugar -Cargo y firma de quien expide la certificación. -Si se trata de un consorcio o una unión temporal, anexar acta de constitución del consorcio o unión temporal, se debe señalar el nombre de quienes lo conforman y el porcentaje de participación de cada uno de los miembros. 2. El oferente debe acreditar compra del hosting y dominio de la página web donde se evidencie que se encuentra activo y en funcionamiento durante el periodo del contrato, anexando copia de la factura expedida por el proveedor correspondiente. 3. Acreditar mediante Cámara de Comercio que el sitio Web cuenta con una antigüedad mínima de tres (3) años, así mismo certificar que es de carácter periodístico con domicilio en el departamento del Meta y/o Villavicencio, además deberá anexar evidencia de las publicaciones de las noticias regionales del mes anterior a la publicación del presente proceso de selección. 4. Acreditar que la página web cuenta con redes sociales tales como (Facebook, Instagram, X, entre otras), y además acreditar que cuenta con mínimo 120.000 seguidores en una de ellas.
No. DE OFERENTES	1
PROPONENTE ADJUDICATARIO	ELIZABETH BARRERA MUÑOZ

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

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

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

ENTIDAD	**COLEGIO INTEGRADO NACIONAL ORIENTE DE CALDAS**
NÚMERO DE PROCESO	MC-084-2025
MODALIDAD	Mínima cuantía
No. CONTRATO	OPS-275-2025
OBJETO:	Contratar el servicio de impresión de publicidad, cuñas radiales, perifoneo y pauta digital para oferta las carreras de la IES CINOC en los municipios de influencia (Pensilvania, Marquetalia, Manzanares, Victoria, Samaná, Norcasia) para el periodo académico A-2026.
VALOR CONTRATO	$12.846.250
PLAZO DE EJECUCIÓN	Treinta (30) días.
FORMA DE PAGO	El valor total del contrato será cancelado en UN SOLO PAGO, el cual se cancelará de conformidad con el estudio de mercado, previa certificación n

	de cumplimiento del objeto contractual por parte del supervisor del contrato y previa presentación n por parte del contratista de la factura o documento equivalente el cual debe cumplir con los requisitos de ley.
CAPACIDAD TÉCNICA	experiencia del proponente: La experiencia podrá ser acreditada a través de certificaciones de experiencia o copia de los contratos totalmente ejecutados, suscritos con personas jurídicas de naturaleza pública o privada o personas naturales. Para el caso de contratos suscritos con personas naturales o jurídicas de naturaleza privada debe adjuntar adicional a la certificación, copia del contrato, certificación del acta de recepción y factura. La entidad podrá requerir la información que sea necesaria en virtud de verificar la información suministrada por los oferentes. Certificaciones de experiencia: el proponente podrá presentar entre los folios contentivos de su ofrecimiento, certificaciones de contratos celebrados y ejecutados con personas jurídicas de naturaleza pública o privada o personas naturales, relacionadas con el objeto del presente proceso, cuyo valor en conjunto equivalga al 100% del presupuesto oficial previsto para el mismo. Las certificaciones deben contener como mínimo: • Contratante y NIT • CONTRATISTA Y NIT • VALOR DEL CONTRATO • NUMERO DEL CONTRATRATO (SI APLICA) • FECHA DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO • OBJETO DEL CONTRATO • TELEFONO DEL CONTRATANTE Y/O DE QUIEN CERTIFICA No obstante, la Entidad evaluará la información suministrada y de acuerdo con ella, determinará si resulta suficiente para acreditar experiencia. Así mismo la entidad se reserva el derecho de verificar la información aportada por los oferentes y de rechazar las propuestas en las cuales se incluya información inconsistente o que no corresponda con la realidad, sin perjuicio de las eventuales acciones civiles y penales a que haya lugar. Para efectos de acreditación de experiencia entre particulares privados de naturaleza natural o jurídica, el Proponente deberá aportar adicionalmente alguno de los documentos que se describen a continuación: A. Certificación de facturación expedida con posterioridad a la fecha de terminación del contrato emitida por el revisor fiscal o contador público del Proponente que acredita la experiencia, según corresponda con la copia de la tarjeta profesional del contador público o revisor fiscal (según corresponda) y certificado de antecedentes disciplinarios vigente, expedido por la Junta Central de Contadores, o los documentos equivalentes que hagan sus veces en el país donde se expide el documento del profesional No se aceptan contratos tercerizados. * Acreditación de requisitos para participar en convocatorias limitadas a Mipymes municipales debe acreditar que tiene el tamaño empresarial establecido por la ley de la siguiente manera: 1. Las personas naturales mediante certificación expedida por ellos y un contador público, adjuntando copia del registro mercantil. 2. Las personas jurídicas mediante certificación expedida por el representante legal y el contador o revisor fiscal, si están obligados a tenerlo, adjuntando copia del certificado de existencia y representación legal

	expedido por la Cámara de Comercio o por la autoridad competente para expedir dicha certificación. Para la acreditación deberán observarse los rangos de clasificación empresarial establecidos de conformidad con la Ley 590 de 2000 y el Decreto 1074 de 2015, o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen"
No. DE OFERENTES	2
PROPONENTE ADJUDICATARIO	MATEO ANDRES IDARRAGA ARISTIZABAL

ENTIDAD	ALCALDIA MUNICIPAL DE RESTREPO META
NÚMERO DE PROCESO	REST-SMC-022-2024
MODALIDAD	MINIMA CUANTIA
No. CONTRATO	186-2024
OBJETO:	PRESTACION DE SERVICIOS PARA EFECTUAR LA PUBLICIDAD DIGITAL DE TODAS LAS ACTUACIONES ADMINISTRATIVAS QUE SE DESARROLLAN AL INTERIOR DE LAS DEPENDENCIAS DE LA ADINISTRACION MUNICIPAL DE RESTREPO META
VALOR CONTRATO	$16.333.333
PLAZO DE EJECUCIÓN	El plazo de ejecución del contrato será DOS (02) MESES Y DIEZ (10) DIAS contados a partir de la suscripción del acta de inicio.
FORMA DE PAGO	3- FORMA DE PAGO: El valor total del contrato se cancelará por el Municipio mes vencido con previa presentación de informe del contratista, donde relacione mensualmente el servicio prestado (notas e informes requeridos) en un CD como soporte al informe de actividades, previo informe de supervisión, certificación de cumplimento emitida por el supervisor, presentación de la factura en original y copia, también deberá cumplir con las normas fiscales conforme al art. 617 del Estatuto Tributario y la Ley 1237 de 2008 y presentar soporte de pago de seguridad social correspondiente al periodo ejecutado a la Secretaria de Hacienda Municipal para el respectivo pago, En todo caso el último pago se realizará previa firma del acta de terminación y acta de liquidación y acreditación de encontrarse al día en los pagos del sistema de seguridad social y parafiscales.
CAPACIDAD TÉCNICA	Que el oferente garantice un dominio sobre plataformas digitales (por lo menos 2 redes sociales) las cuales deberán contar con un mínimo de 20.000 seguidores, lo cual deberá ser soportado por el oferente a través de constancia emitida por las plataformas o redes sociales dispuestas. • Emisión de mínimo treinta (30) notas mensuales suministradas por la entidad en cumplimiento de lo requerido. • Elaboración y emisión de mínimo seis (06) notas mensuales diseñada y estructurada por el contratista en cumplimiento de lo requerido. • Transmisión periodística en vivo seis (06) semanales. • Compartir veinte (20) piezas gráficas publicitarias en las historias de las diferentes redes sociales del contratista. • Emisión en vivo de dos (02) eventos a tres (03) cámaras con definición de calidad de mínimo 1080p. • Audiencia Pública Rendición de cuentas vigencia 2024. • Carnaval y desfile de año viejo 2024, eventos dinamizadores de la economía de Restrepo. En los dos eventos deberá contar con un (a) interprete de señas en las transmisiones en vivo. • Servicio de un (01) interprete de señas presente durante el desarrollo de las actividades con perfil de normalista superior, con certificado

	como intérprete profesional intermedio nivel 2 de lengua de señas por la Federación Nacional de Sordos de Colombia "FENASCOL", con mínimo 6 años de experiencia certificada como intérprete de lengua de señas. Incluye el transporte al lugar. • Planificar las notas sobre los informes noticiosos que se van a publicar cada semana con las secretarías de la administración municipal.
No. DE OFERENTES	1
PROPONENTE ADJUDICATARIO	ANYI FERNANDA PIÑEROS RODRÍGUEZ

C. Estudio de la oferta

El estudio de la oferta tiene como objetivo identificar las opciones de suministro para las categorías de compra definidas, y los posibles proveedores que puedan suministrar los bienes, obras o servicios que requieren para satisfacer la necesidad. Con esta información consolidada servirá para definir los requisitos habilitantes en el Proceso de Contratación.

Debe contestar, entre otras, las siguientes preguntas:

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

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

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

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

2. **¿A quién se va a comprar?**

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

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

Una vez revisada la base de datos del Sistema Integrado de Información Societaria SIIS 2025 de la Superintendencia, según el código CIIU No. 7310: Publicidad, estos serían los posibles proveedores:

NIT	RAZÓN SOCIAL DE LA SOCIEDAD
830047108	GRUPO ZEA SAS
800000457	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS
800033055	MF PUBLICIDAD MERCADEO LIMITADA
800045878	SERVIMEDIOS SAS
800086186	LOGROS PUBLICITARIOS SAS
800099468	TEXPOIDEAS LTDA
800144934	VISION Y MARKETING SAS
800146415	PUBLICIDAD Y ALGO MAS SAS
800167898	JH HOYOS & ASOCIADOS SAS
800193477	IMAGEN VIRTUAL SAS
802013501	INMOV S.A.S
802014640	DAVILA P&M SAS
802021183	SIGNO 21 SAS
805000085	METROVIA SAS EN REORGANIZACION
805023055	SOCIEDAD INNOVACIONS GRAFICAS SAS
805030145	STP NETWORKS SAS
811025635	FEELING COMPANY SAS
811045004	MORALESCOM SAS EN PROCESO DE NEGOZIACION DE EMERGENCIA
830004707	MBA S A S
830005640	KOALA ANDINA LTDA
830013805	SILVA PUBLICIDAD SAS
830026954	STRAZA SAS
830028713	PEOPLE MARKETING SAS
830039532	CENTRAL REGIONAL DE MEDIOS SAS
830047108	GRUPO ZEA SAS
830054555	EDITORIAL GLOBAL DE PUBLICACIONES S A S - GLOBSA
830054838	ESPACIO Y MERCADEO S A S
830057131	EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS SAS
830059566	OPTIMA TM SAS
830067529	DISEÑO MDC SAS
830073417	CINEVISION DE COLOMBIA LTDA
830075011	CENTURY MEDIA SAS
830076788	E MARKETTOOLS SAS - EN REORGANIZACION
830081460	FWNIX MEDIA GROUP SAS
830093596	INTERA MARKETING LTDA.
830096789	IMAGINARIA FILMS S.A.S.
830098598	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS SAS
830108799	CONSTRUCTORA DE MARCAS SAS
830109396	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA S.A.S.
830114289	AD ORANGE SAS
830114417	BEE GROUP SAS
830118816	SM DIGITAL

D. Estudio de mercado

ITEM	ACTIVIDAD	Localidad	Contrato 1290 de 2026 GCSJ-MC-035-2026 Fernando Betancourt Duran				Cantidad y Valor a Contratar	
			Cant.	Valor Unitario	Cant. Total.	Valor Total	Cant. Total.	Valor Total
1	Publicación de un banner de 400X350 pixeles ubicado en la parte superior derecha de la página de inicio del portal web, con vínculo directo a la página de la Gobernación del Meta, (www.meta.gov.co).	Departamento del Meta.	1	$300.000	3	$900.000	2	$600.000
2	Emisión de banner digital publicitario de 2160 pixeles de ancho X 330 pixeles de alto, con contenido de las acciones del gobierno departamental en video y noticias informativas, a través de Facebook, Instagram y /o tik tok.		1	$150.000	15	$2.250.000	8	$1.200.000
3	Creación de contenido audiovisual con información institucional, de eventos, ruedas de prensa y/o entrevistas, a través de las redes sociales Facebook, Instagram y /o tik tok., con una duración mínima de 2 minutos.		1	$250.000	6	$1.500.000	4	$1.000.000
4	Publicación de historias en las redes sociales (Instagram o Facebook) con contenido institucional del gobierno departamental.		1	$120.000	18	$2.160.000	10	$1.200.000
5	Publicación de boletines electrónicos y artículos sobre las acciones del Gobierno departamental en su portal web con contenido mínimo de 400 caracteres.		1	$300.000	12	$3.600.000	4	$1.200.000
6	Publicación de contenido de imágenes, videos o piezas graficas con información de las acciones y programas del gobierno departamental, a través de las redes sociales		1	$100.000	15	$1.500.000	8	$800.000
TOTALES						**$12.000.000**		**$6.000.000**

Se requiere para cada mes: 1. Realizar la publicación **Un (1)** banner de 400X350 pixeles ubicado en la parte superior derecha de la página de inicio del portal web, con vínculo directo a la página de la Gobernación del Meta, (www.meta.gov.co). 2. Emisión de **Cuatro (4)** banner digital publicitario de 2160 pixeles de ancho X 330 pixeles de alto, con contenido de las acciones del gobierno departamental en video y noticias informativas, a través de Facebook, Instagram y /o tik tok. 3. Creación de **Dos (2)** contenido audiovisual con información institucional, de eventos, ruedas de prensa y/o entrevistas, a través de las redes sociales Facebook, Instagram y /o tik tok., con una duración mínima de 2 minutos. 4. Publicación de **Cinco (5)** historias en las redes sociales (Instagram o Facebook) con contenido institucional del gobierno departamental. 5. Publicación de **Dos (2)** boletines electrónicos y artículos sobre las acciones del Gobierno departamental en su portal web con contenido mínimo de 400 caracteres. 6.Publicación de **Cuatro (4)** contenidos de imágenes, videos o piezas graficas con información de las acciones y programas del gobierno departamental, a través de las redes sociales. Término de ejecución de Dos (2) meses, para un valor total de Seis millones de pesos moneda corriente ($6.000.000), mediante un medio de comunicación digital.

.

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

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

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

	ESTUDIOS DEL SECTOR	CÓDIGO: F-BS-37
		VERSIÓN: 2

Se requiere para cada mes: 1. Realizar la publicación Un (1) banner de 400X350 píxeles ubicado en la parte superior derecha de la página de inicio del portal web, con vínculo directo a la página de la Gobernación del Meta. Gyyyy mata dey ca). 2. Emisión de Cuatro (4) banner digital publicitario de 2160 píxeles de ancho X 330 píxeles de alto, con contenido de las acciones del gobierno departamental en video y noticias informativas a través de Facebook, Instagram y Ub tik tok. 3. Creación de Dos (2) contenido audiovisual con información institucional, de eventos, ruedas de prensa y/o entrevistas, a través de las redes sociales Facebook, Instagram y/o tik tok, con una duración mínima de 2 minutos. 4. Publicación de Cinco (5) historias en las redes sociales (Instagram o Facebook) con contenido institucional del gobierno departamental. 5. Publicación de Dos (2) boletines electrónicos y artículos sobre las acciones del Gobierno departamental en su portal web con contenido mínimo de 400 caracteres. 6 Publicación de Cuatro (4) contenidos de imágenes, videos o piezas gráficas con información de las acciones y programas del gobierno departamental, a través de las redes sociales. Término de ejecución de Dos (2) meses, para un valor total de Seis millones de pesos moneda corriente ($6.000.000) mediante un medio de comunicación digital.

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

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

Firma		Firma		Firma	
Nombre	Gloria Katherine Castro Vergara	Nombre	Javier Felipe Méndez Rodríguez	Nombre	Oscar Mauricio Parra Barbosa
Cargo	CPS-Profesional de apoyo	Cargo	CPS-abogado	Cargo	Gerente de Medios y televisión
Proyectó		Revisó		Aprobó	