| ESTUDIO DEL SECTOR | |
|---|---|
| **Fecha:** | 21 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 transformación digital, la conectividad y el acceso a las tecnologías, mediante contenidos divulgados en un medio de comunicación radial. |

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 radial en Colombia continúa siendo uno de los sectores de mayor tradición y cobertura entre los medios de comunicación. A pesar del crecimiento de los canales digitales, la radio mantiene una **alta penetración nacional, credibilidad en regiones y fuerte presencia en zonas rurales**, lo que la convierte en un canal estratégico para la divulgación de información institucional, campañas públicas, programas sociales y rendición de cuentas.

De acuerdo con el **Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR)**, medición oficial del sector realizada por la Asociación Colombiana de Investigación de Medios (ACIM), la radio mantiene niveles de penetración superiores al 75 % en las principales ciudades medidas, consolidándose como uno de los medios de mayor alcance masivo en el país.

Adicionalmente, el informe internacional sobre entorno mediático de Colombia publicado por Media Landscapes señala que Colombia cuenta con aproximadamente **1.500 emisoras entre AM y FM**, incluyendo estaciones comerciales, públicas y comunitarias, lo cual refleja la amplitud de la oferta y la capilaridad territorial del medio radial.

Atendiendo la necesidad a contratar, el mercado radial es un sector clave dentro de la industria de las comunicaciones, caracterizado por su amplio alcance, accesibilidad y capacidad de acogida en diferentes audiencias. A lo largo de los años, la radio ha evolucionado desde la transmisión analógica hasta la digital, adaptándose a las nuevas tecnologías y hábitos de consumo de la población. Esta evolución ha permitido que el sector se mantenga vigente y continúe siendo una herramienta estratégica para la difusión de información, publicidad y contenido de valor para distintos segmentos de la sociedad.

El impacto del sector radial se extiende más allá de la publicidad; también desempeña un papel fundamental en la formación de opinión pública, la difusión de información local y la promoción de la cultura. A medida que avanza la tecnología y cambian las dinámicas de consumo, es probable que la radio continúe evolucionando, buscando nuevas formas de atraer y mantener a su audiencia en un entorno mediático cada vez más competitivo.

**Estructura del Mercado Radial:** Colombia posee un mercado radial variado que abarca emisoras de radio en AM, FM y plataformas digitales. La radio FM goza de gran popularidad en las zonas urbanas, mientras que la AM mantiene su importancia en las áreas rurales. La cobertura radial en el país es extensa, y la variedad de estaciones disponibles brinda a los oyentes la oportunidad de acceder a contenidos que se adaptan a sus intereses y contextos geográficos.

**Tipos de Modulación radial:**

- **AM (Amplitud Modulada):** Aunque ha visto una disminución en su popularidad frente a la FM y la radio digital, la AM sigue siendo relevante en ciertas regiones, especialmente para contenidos de noticias y talk shows.
- **FM (Frecuencia Modulada):** La FM es la más popular en las áreas urbanas y es conocida por su programación diversa que incluye música, noticias, entretenimiento y deportes.
- **Digital y Online:** La radio digital (Facebook live), incluyendo plataformas de streaming, aplicaciones móviles y podcasts, ha ganado terreno rápidamente. Este segmento ofrece nuevas oportunidades para la pauta radial y permite llegar a audiencias que prefieren consumir contenido en línea

En este contexto, y atendiendo a la naturaleza del objeto a contratar, se establece como objetivo evaluar las oportunidades que ofrece el mercado colombiano en el sector de servicios radiales. La finalidad es identificar personas naturales o jurídicas legalmente constituidas y con amplia experiencia, atendiendo a los principios de cumplimiento, calidad, oportunidad y eficiencia que tenga capacidad para satisfacer las necesidades.

**Económico**

La economía se divide en tres grandes sectores productivos:

- Sector Primario**:** extracción de recursos naturales.
- Sector Secundario: transformación industrial**.**
- Sector Terciario (Servicios): prestación de servicios.

La actividad de pauta o difusión en medios radiales se ubica dentro del **Sector Terciario**, específicamente en el sector de comunicaciones y publicidad, el cual agrupa actividades como radiodifusión sonora, televisión, prensa, servicios publicitarios y telecomunicaciones.

En términos de clasificación económica CIIU adoptada en Colombia, la radiodifusión corresponde a actividades de programación y transmisión radial dentro del sector servicios de información y comunicaciones.

**Sector Terciario: (servicios):**

El sector servicios es determinante para el crecimiento económico nacional por las siguientes razones:

- Genera un segmento significativo del empleo formal.
- Facilita la circulación de bienes y servicios producidos por otros sectores.
- Dinamiza la inversión nacional e internacional.
- Fortalece la competitividad territorial.

En el caso específico del subsector de comunicaciones, la radio cumple un rol fundamental en:

- Difusión de información pública y privada.
- Comercialización de productos y servicios.
- Integración social y cultural.
- Comunicación institucional del Estado con la ciudadanía.

Para que las entidades públicas desarrollen adecuadamente sus funciones de divulgación, rendición de cuentas y promoción de programas, requieren del apoyo del sector terciario, particularmente del subsector de medios de comunicación.

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.

**ACTIVIDADES QUE CORRESPONDE AL SECTOR SERVICIOS**

Dentro de algunas de las actividades que se pueden incluir en el sector de servicios encontramos:

- Servicios de transporte y comunicación.
- Servicios de telecomunicación e Internet.
- Medios de comunicación.
- Actividades financieras (excluyendo la consultoría, que estaría dentro del **sector cuaternario**).
- Turismo y hotelería.
- Actividad comercial y de distribución.
- Servicios de salud y estéticos.
- Servicios de la administración pública.
- Servicios públicos (seguridad y defensa, bomberos, entre otros).
- Servicios educativos.
- Servicios de ocio, deportes y espectáculos.
- Servicios culturales (ejemplo: el teatro).
- Servicios informáticos y tecnológicos.
- Servicios jurídicos y legales

Aumento en la Publicidad Local**:** A medida que la economía local crece, se observa un aumento en la inversión publicitaria por parte de empresas locales. Esto incluye no solo la pauta radial, sino también la publicidad a través de página web, emisora on line, medios escritos y televisión.

Se incorpora en el presente estudio del sector el Boletín Técnico de la Encuesta Mensual de Servicios (EMS) correspondiente al II semestre de 2025 y a enero y febrero de 2026.

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).

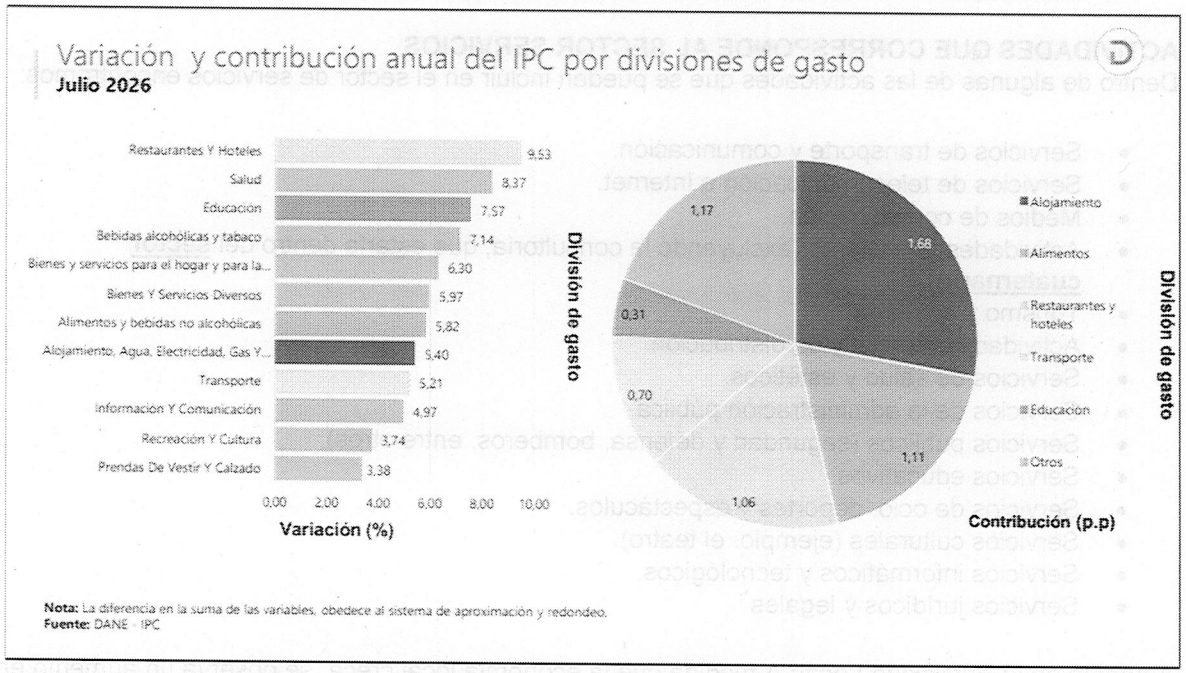
**Índice de Precios al Consumidor (IPC)**

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.

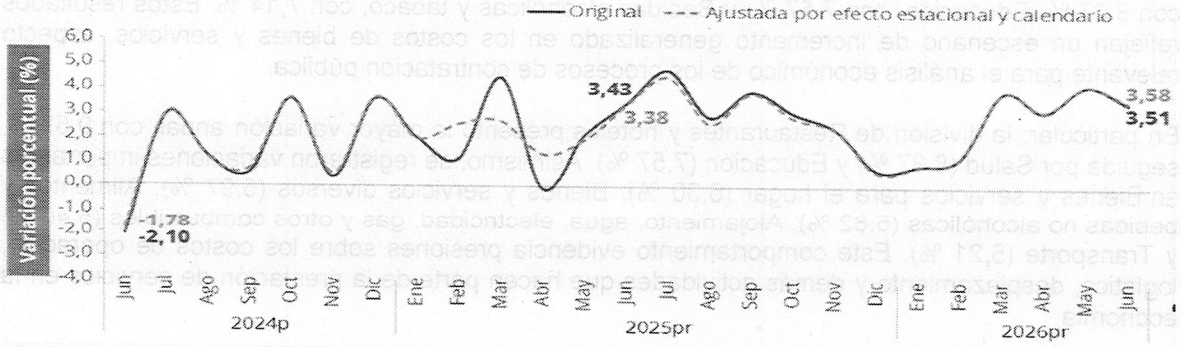
Adicionalmente, el comportamiento de la división de Transporte, con una variación anual de 5,21 %, puede incidir indirectamente en la estructura de costos de los proveedores de servicios de comunicación, particularmente en actividades que requieran desplazamientos, producción de contenidos, cobertura 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.




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:

La radio constituye un medio estratégico para la divulgación de información institucional, debido a su capacidad de cobertura territorial, alcance de audiencias y facilidad de acceso. En el departamento del Meta, la presencia de emisoras de cobertura regional, local y comunitaria permite ampliar la difusión de mensajes de interés público, especialmente hacia municipios y zonas rurales con limitaciones de conectividad digital.

La pauta radial institucional permite transmitir de manera planificada información relacionada con programas, proyectos, servicios, campañas, convocatorias y resultados de gestión, mediante formatos como cuñas, menciones, entrevistas, boletines y espacios especiales. La programación de estos contenidos en diferentes franjas horarias favorece la frecuencia, alcance y recordación de los mensajes.

Este medio ofrece además posibilidades de segmentación según cobertura geográfica y características de las audiencias, facilitando la orientación de los mensajes hacia públicos específicos y fortaleciendo la comunicación entre la administración departamental y la ciudadanía.

En este contexto, la contratación de espacios de pauta radial para la difusión de información institucional constituye una herramienta complementaria a los canales digitales y demás medios de comunicación, que permite ampliar la cobertura de las estrategias de divulgación, fortalecer la presencia institucional en el territorio y facilitar el acceso de la población a información relacionada con la gestión del Gobierno Departamental del Meta.

En consecuencia, la pauta radial representa un mecanismo pertinente para garantizar una difusión amplia, oportuna y efectiva de la información institucional, contribuyendo al fortalecimiento de la comunicación pública y al acercamiento de la administración departamental con la ciudadanía.

**CONDICIONES TÉCNICAS EXIGIDAS:**

Contar con un programa de radio en una emisora con las siguientes especificaciones:

| FRECUENCIA | FRANJA / ESPACIO | DURACIÓN | CANTIDAD |
|---|---|---|---|
| Frecuencia Modulada | De lunes a viernes en el horario de 12:00 m a 01:00 pm | Emisión de cuña en un espacio radial, a través de una emisora del Departamento del Meta, de hasta un (1) minuto de duración | 50 |
| | | Emisión de informes radiales en un espacio radial, a través de una emisora del Departamento del Meta, de hasta dos (2) minutos de duración | 50 |
| | | Transmisión radial en vivo de eventos y/o entrevista en un espacio radial, a través de una emisora del Departamento del Meta, de hasta cinco (5) minutos de duración | 0 |

Se requiere para cada mes los siguientes ítems: - Emisión de (**25)** cuña en un espacio radial, a través de una emisora del Departamento del Meta, de hasta un (1) minuto de duración. - Emisión de (**25)** informes radiales en un espacio radial, a través de una emisora del Departamento del Meta, de hasta dos (2) minutos de duración. Tiempo de ejecución dos (2) meses y un valor total del contrato de Siete millones quinientos mil pesos moneda corriente ($7.500.000), a través de un medio de comunicación radial en Frecuencia Modulada

## 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. |
| **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 Gobierno Departamental del Meta** | Define la identidad visual institucional, uso de logotipos, colores, tipografías y lineamientos para piezas gráficas en medios digitales, en cumplimiento de la Ley 2345 de 2023. |

| Tipo de norma | Norma | Objeto / Aplicación al contrato |
|---|---|---|
| **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 |

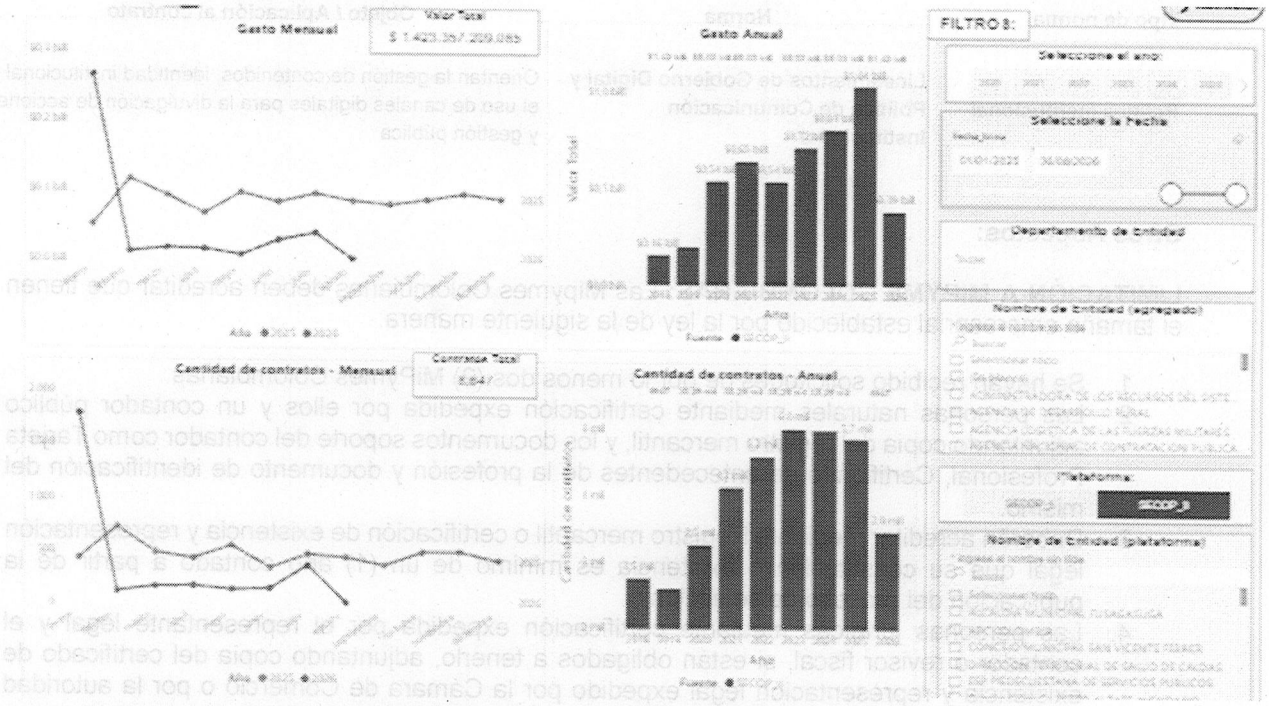
**Otros Aspectos:**

**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.

## B. 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 radial y 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

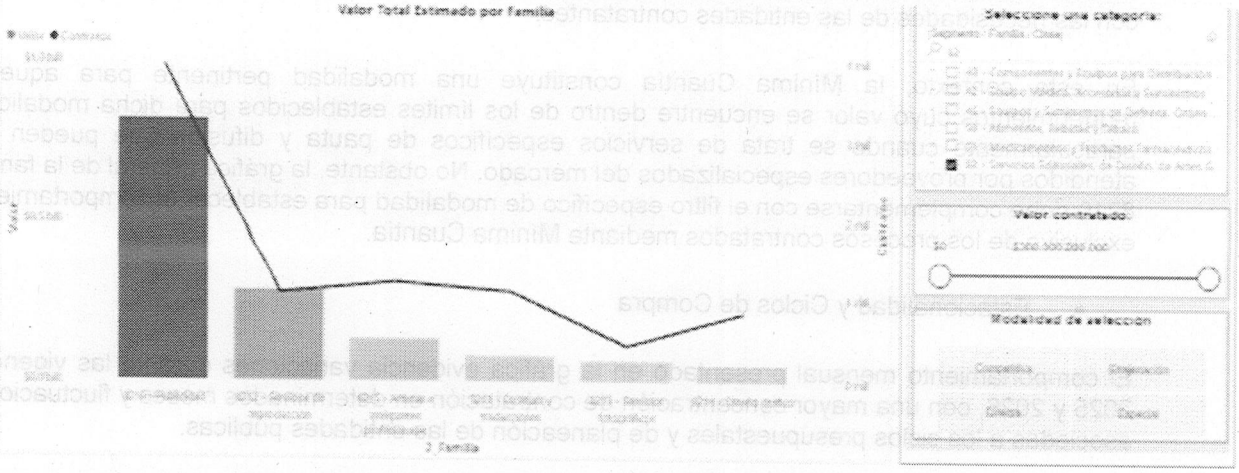
Con base en el comportamiento histórico observado y en los resultados registrados para 2025 y lo corrido de 2026, se evidencia que existe una demanda pública activa y recurrente por servicios asociados a publicidad y difusión. El registro de aproximadamente 2.900 contratos y $0,39 billones durante 2026 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 radial y 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, cobertura, frecuencia, audiencia, duración de las pautas y demás condiciones técnicas requeridas.

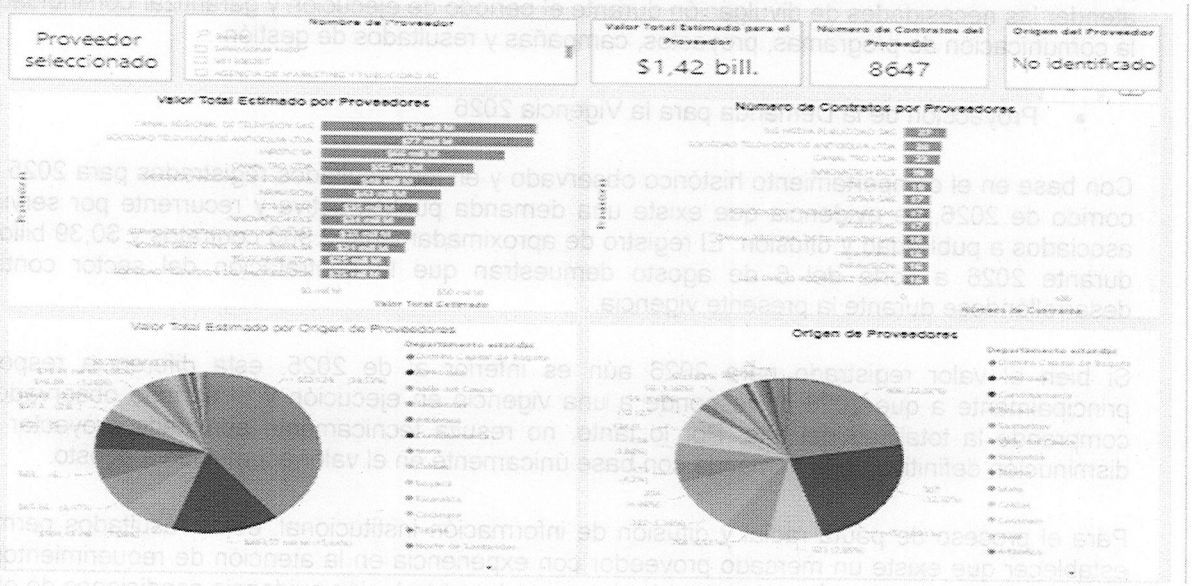
En consecuencia, el comportamiento de la demanda pública permite considerar que para la vigencia 2026 existe un mercado activo para la prestación de servicios de publicidad y difusión, dentro del

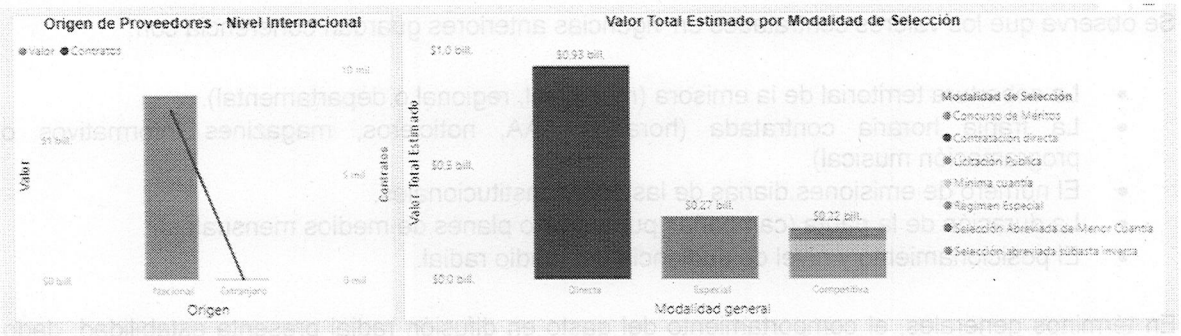
cual se encuentra la pauta radial, constituyendo un referente favorable para la estructuración del proceso de contratación.




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 | 2846 | $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 | $106.644.905.060 | 7,51% | 336 | $23.889.905.178 | 1,66% | 1223 | $130.534.710.238 | 9,17% |
| 8211 - Escritura y traducciones | 965 | $47.479.596.820 | 3,34% | 441 | $32.396.405.727 | 2,28% | 1106 | $79.874.992.547 | 5,61% |
| 8213 - Servicios fotográficos | 276 | $44.693.326.880 | 3,14% | 165 | $19.918.231.130 | 1,40% | 441 | $64.611.557.810 | 4,54% |
| 8214 - Diseño gráfico | 516 | $33.236.398.384 | 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.

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.

## C. 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 en medios de comunicación radial, particularmente en emisoras comerciales, comunitarias y públicas con cobertura en el departamento del Meta.

El análisis evidencia que este tipo de contratación ha sido recurrente dentro de las entidades públicas del orden nacional, departamental y municipal, en razón a la necesidad permanente de garantizar la adecuada divulgación de programas, proyectos, campañas institucionales, convocatorias, actividades sociales y demás actuaciones administrativas que requieren difusión oficial.

Se observa que los valores contratados en vigencias anteriores guardan coherencia con:

- La cobertura territorial de la emisora (municipal, regional o departamental).
- La franja horaria contratada (horarios AAA, noticieros, magazines informativos o programación musical).
- El número de emisiones diarias de las cuñas institucionales.
- La duración de la pauta (campañas puntuales o planes de medios mensuales).
- El posicionamiento y nivel de audiencia del medio radial.

En términos generales, el comportamiento del gasto en difusión radial presenta estabilidad, dado que la radio continúa siendo un medio estratégico para la comunicación institucional, especialmente en territorios con alta dispersión geográfica y presencia de población rural, como ocurre en el departamento del Meta.

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 producción y emisión de las cuñas o piezas radiales.
- El cumplimiento de las frecuencias y horarios pactados.
- La cobertura efectiva del territorio objetivo.
- La adecuada certificación de emisiones (soportes de transmisión).
- La eficiencia y transparencia en la inversión de los recursos públicos.

Igualmente, se constató que diversas entidades estatales han celebrado contratos con objetos similares relacionados con **servicios de publicidad institucional y difusión en medios radiales**, los cuales, aunque comparten la finalidad de divulgar información pública, pueden diferir en:

- El tipo de emisora (comercial, comunitaria o pública).
- El alcance territorial (municipal, subregional o departamental).
- El número de cuñas diarias y su duración (20, 30 o 60 segundos).
- La inclusión de menciones en vivo, entrevistas o programas especiales.
- El tiempo total de ejecución del contrato.

Es importante precisar que el mercado radial mantiene condiciones relativamente estables en cuanto a tarifas por minuto de cuña.

En consecuencia, el análisis del gasto histórico permite establecer parámetros razonables para la estructuración de procesos contractuales, garantizando:

- Coherencia presupuestal frente a vigencias anteriores.
- Proporcionalidad en los requisitos habilitantes exigidos.
- Adecuada estimación del valor del contrato conforme a precios de mercado.
- Alineación con las condiciones actuales del sector de información y comunicaciones.

Este análisis constituye un insumo técnico que respalda la necesidad y viabilidad del proceso de contratación para la difusión radial institucional en el departamento del Meta, asegurando que la estructuración presupuestal y técnica se ajuste a criterios de eficiencia, planeación y responsabilidad en el gasto público.

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-155-2025 |
| **MODALIDAD** | Mínima cuantía |
| **No. CONTRATO** | 2277 |
| **OBJETO:** | DIFUNDIR A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN RADIAL, LA INICIATIVA JÓVENES EMPRENDEDORES QUE ADELANTA LA GOBERNACIÓN DEL META PARA VISIBILIZAR, IMPULSAR Y APOYAR A LOS JÓVENES DEL DEPARTAMENTO. |
| **VALOR CONTRATO** | 6.000.000 |
| **PLAZO DE EJECUCIÓN** | El contrato tendrá un término de ejecución de UN MES (1) |
| **FORMA DE PAGO** | EL DEPARTAMENTO pagará al contratista el valor de ejecución del contrato así: Una (1) mensualidad vencida de igual valor correspondiente a la ejecución del contrato, |
| **CAPACIDAD TÉCNICA** | Establecer los criterios de experiencia mínima requerida por la entidad para el cumplimiento idóneo del objeto contractual.<br><br>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.<br>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:<br>-Nombre la empresa<br>-Nombre del contratista<br>-Número del contrato<br>-Objeto del contrato<br>-Fecha de suscripción del contrato (día-mes-año)<br>-Fecha de terminación del contrato (día-mes-año)<br>-Fecha de expedición de la certificación (día-mes-año)<br>-Valor del contrato y do la adiciones si tuvo lugar<br>-Cargo y firma de quien expide la certificación.<br>-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<br>de cada uno de los miembros.<br><br>2. El oferente debe acreditar, mediante la certificación expedida por el gerente o director regional de la emisora que cuenta con el espacio asignado y que se encuentre activo al momento de presentar la propuesta de un PROGRAMA DE RADIO DE LUNES A VIERNES EN EL HORARIO DE 5:00 A.M. A 7:00 P.M, A TRAVES DE UNA EMISORA EN FRECUENCIA MODULADA EN EL MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO, la expedición del documento no podrá superar los 30 días calendario anteriores a la fecha de cierre del proceso.<br>3. El oferente deberá adjuntar carta de compromiso para ejecutar el contrato con la emisora presentada en la oferta, mediante el cual se especifique: objeto del contrato, espacio asignado en la emisora, programa, horario y número del proceso, debidamente firmada. |

| | |
|---|---|
| **No. DE OFERENTES** | 1 |
| **PROPONENTE ADJUDICATARIO** | RCN Radio S.A.S |

| | |
|---|---|
| **ENTIDAD** | **Gobernación del Meta** |
| **NÚMERO DE PROCESO** | GCSJ-MC-025-2024 |
| **MODALIDAD** | Mínima cuantía |
| **No. CONTRATO** | 1088 DE 2024 |
| **OBJETO:** | Promoción y difusión de la gestión del gobierno departamental del Meta, a través de un medio de comunicación radial. |
| **VALOR CONTRATO** | 12.000.000 |
| **PLAZO DE EJECUCIÓN** | Cuatro (4) meses |
| **FORMA DE PAGO** | La Gobernación del Departamento del Meta pagara al contratista el valor de ejecución del contrato así: Cuatro (4) mensualidades vencidas de igual valor, para cada mes por la emisión de 30 cunas y 15 informes radiales. En cada pago se requiere previa certificación de cumplimiento por parte del supervisor del mismo y acreditación de que se encuentra a paz y salvo con los aportes al Sistema Integral de Seguridad Social. |
| **CAPACIDAD TÉCNICA** | Establecer los criterios de experiencia mínima requerida por la entidad para el cumplimiento idóneo del objeto contractual.<br><br>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. Anexando.<br><br>• Si la experiencia es con entidad pública, el oferente deberá anexar, copia del contrato, acta de finalización y/o liquidación.<br><br>• 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 debera tener como mínimo la siguiente información:<br><br>-Nombre la empresa contratante<br>-Nombre del contratista<br>-Número del contrato<br>-Objeto del contrato<br>-Fecha de suscripción del contrato (día- mes- año)<br>-Fecha de terminación del contrato (día- mes -año)<br>-Fecha de expedición de la certificación (día- mes - año)<br>-Valor del contrato y de las adiciones si tuvo lugar<br>-Cargo y firma de quien expide la certificación.<br>-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.<br><br>2. El oferente debe acreditar, mediante la certificación expedida por el gerente o director regional de la emisora que cuenta con el espacio asignado y que se encuentre activo al momento de presentar la propuesta de un PROGRAMA DE RADIO DE LUNES A VIERNES EN EL HORARIO DE 8:00 A.M. A 9:00 A.M., A TRAVES DE UNA EMISORA EN FRECUENCIA MODULADA EN EL DEPARTAMENTO DEL META, la expedición del |

| | |
|---|---|
| | documento no podrá superar los 30 dias calendario anteriores a la fecha de cierre del proceso.<br><br>3. El oferente deberá adjuntar carta de compromiso para ejecutar el contrato con la emisora presentada en la oferta, mediante el cual se especifique: objeto del contrato, espacio asignado en la emisora, programa, horario y número del proceso, debidamente firmada. |
| **No. DE OFERENTES** | 1 |
| **PROPONENTE ADJUDICATARIO** | LUZ NELLY CEFERINO FAJARDO |

**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** | ALCALDIA MUNICIPAL DE ARMERO GUAYABAL |
| **NÚMERO DE PROCESO** | MC-002-2025 |
| **MODALIDAD** | Mínima cuantía |
| **No. CONTRATO** | 088-2025 |
| **OBJETO:** | RESTACION DE SERVICIOS DE EMISION, DIFUSION Y DIVULGACION DE INFORMACION A TRAVES DE UNA EMISORA DE COBERTURA REGIONAL PARA GARANTIZAR EL ACCESO A LA INFORMACION ENTRE LA ADMINISTRACION MUNICIPAL Y LA POBLACION FORTALECIENDO LA COMUNIACION INSTITUCIONAL DEL MUNICIPIO DE ARMERO GUAYABAL |
| **VALOR CONTRATO** | VALOR TOTAL VEINTICINCO MILLONES DOSCIENTOS CUARENTA Y OCHO MIL PESOS $25.248.000 |
| **PLAZO DE EJECUCIÓN** | Seis (6) meses |
| **FORMA DE PAGO** | El municipio de Armero Guayabal pagará el valor del contrato resultante en pagos parciales de acuerdo con la facturación presentada de manera mensual teniendo en cuenta la oferta económica del oferente seleccionado.<br><br>NOTA 1. Todos los pagos están supeditados a los descuentos tributarios según Ley 2010 del 27 de diciembre de 2019, acorde a las responsabilidades, calidades y tributos a las que se encuentre obligado en el registro único tributario. Así como los gravámenes financieros.<br><br>NOTA 2. El Municipio realizará el descuento total de la suma equivalente a la acusación por concepto de estampillas, conforme a lo ordenado en el Estatuto de Rentas del municipio de Armero Guayabal, adoptado por el acuerdo 015 del 31 de agosto de 2020, serán asumidos a partir del valor total del contrato y el respectivo descuento por este concepto se efectuará y verá reflejado en el primer pago que se realice al contratista.<br><br>PARÁGRAFO PRIMERO. Los pagos del presente Acto Contractual estarán sujetos a la disponibilidad del Plan Anual de Caja PAC. Dada la naturaleza del contrato a celebrar, la idoneidad y experiencia de la persona a contratar, la fijación del |

| | |
|---|---|
| | presupuesto oficial tiene como origen la autonomía privada de la voluntad de las partes, plasmada en el artículo 40 de la ley 80 de 1993.<br><br>PARÁGRAFO SEGUNDO. Para los pagos respectivos la contratista deberá presentar factura o cuenta de cobro, informe pormenorizado de sus actividades, anexando los soportes que constaten la ejecución material del contrato y acreditar el cumplimiento de sus obligaciones con los sistemas de seguridad social en salud, pensión y riesgos laborales. Por su parte el supervisor del contrato deberá suscribir informe de supervisión. |
| **CAPACIDAD TÉCNICA** | 5.3 REQUISITO TÉCNICO: El proponente deberá certificar y acreditar que cumple con las características y condiciones técnicas exigidas en el formato anexo. Se verificará que la propuesta técnica haya sido presentada de conformidad a las condiciones y las calidades requeridas, y se ajuste a las necesidades de la entidad, de conformidad con el objeto de la contratación y mediante el Formato N° 2. |
| **No. DE OFERENTES** | 1 |
| **PROPONENTE ADJUDICATARIO** | ARMERO FM STEREO 92.7 |

| | |
|---|---|
| **ENTIDAD** | MUNICIPIO DE FUNZA - ALCALDÍA DE FUNZA |
| **NÚMERO DE PROCESO** | MC 008-2023 |
| **MODALIDAD** | Minima cuantia |
| **No. CONTRATO** | CO1.PCCNTR.4966840 |
| **OBJETO:** | RESTACION DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN RADIAL DE LOS DECRETOS, ACUERDOS Y DEMAS ACTOS ADMINISTRATIVOS MUNICIPALES DE LA ALCALDÍA DE FUNZA EN EMISORA DE AMPLIA COBERTURA EN LA SABANA OCCIDENTE |
| **VALOR CONTRATO** | TRES MILLONES DE PESOS MDA. CTE. ($3.000.000). |
| **PLAZO DE EJECUCIÓN** | Siete (07) meses, sin exceder el 31 de diciembre de 2023, contados a partir de la fecha de suscripción del acta de inicio. |
| **FORMA DE PAGO** | El valor del presente contrato será cancelado al contratista en pagos parciales de acuerdo a la necesidad del servicio verificado en las transmisiones realizadas (solicitudes de servicio de transmisión debidamente cumplidas) durante el respectivo tiempo de ejecución contractual |
| **CAPACIDAD TÉCNICA** | **ESPECIFICACIONES:**<br>**ITEM ESPECIFICACIONES CANTIDAD**<br>**1** Difusión radial de los actos administrativos (acuerdos y decretos) jurídicamente relevantes de la Alcaldía de interés general, en emisora de amplia cobertura en sabana occidente. PERIODICIDAD: de lunes a viernes y/o fines de semana. Frecuencia: FM<br>DURACIÓN: 45 segundos a 5 minutos.<br>HORARIO: Entre 7 a.m. a 7 p.m. dos veces por acto administrativo (acuerdo y decretos).<br>1El proponente deberá acreditar que cuenta con un espacio radial en emisora de amplia cobertura en Sabana Occidente que permita realizar la difusión de los actos administrativos emitidos por la Alcaldía de Funza en la franja horaria solicitada por la entidad. La propuesta económica presentada por el proponente deberá venir discriminada de la misma manera en<br>que fue elaborado el estudio de mercado y en ningún caso podrá superar el valor unitario promedio del mercado de cada uno de los ítems que lo conforman. |
| **No. DE OFERENTES** | 1 |
| **PROPONENTE ADJUDICATARIO** | Tito Hernan Funeme Lopez |

## D. 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 dinámica de producción, distribución en la Secretaría de Comunicaciones permite fortalecer la línea estratégica de comunicar a la comunidad, de Actualizar y ejecutar el plan de comunicaciones para promover las acciones, gestiones, programas y proyectos de la administración departamental y posicionar la imagen positiva del Meta

Producción: Logrando que se cumpla con la estrategia comunicativa, encaminada a informar eficaz y eficientemente, que impacten de manera positiva y permita llevar información clara, oportuna y veraz a los habitantes del Meta, el material a difundir será producido por la secretaria de comunicaciones.

Distribución: El contenido del material será distribuido a través de medios de comunicación radial, asegurando una difusión oportuna y efectiva alineada con los objetivos estratégicos de Plan de Desarrollo Departamental 2024-2027. A través de estos medios de comunicación, es posible sensibilizar a la comunidad sobre iniciativas gubernamentales en sectores claves como educación, salud, infraestructura, desarrollo social, medioambiente, entre otros, asegurando que los ciudadanos conozcan y accedan a los beneficios de los programas públicos

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 radiales.

- **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.

Se priorizará la idoneidad del oferente, la infraestructura tecnológica disponible y la experiencia en proyectos de comunicación digital, garantizando así la eficiencia y efectividad en la difusión de los programas y proyectos del Gobierno Departamental del Meta.

Una vez revisada la base de datos del Sistema Integrado de Información Societaria SIIS 2025 de la Superintendencia, según el código CIIU No. 6010: Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora, estos serían los posibles proveedores: RADIAL

178

| NIT | Razón social de la sociedad |
|---|---|
| 800017779 | TEVESAN S.A.S. |
| 811025863 | RADIO MUNERA 790 SAS EN PROCESO DE REORGANIZACION |
| 811026622 | COMERCIALIZADORAA MUNERA EASTMAN RADIOA SAS EN PROCESO DE REORGANIZACION |
| 819002871 | CIPRIANO LOPEZ E HIJOS SAS |
| 830042619 | INVERSIONES INRAI LTDA |
| 830079434 | CONSULTORIA ORGANIZACIONAL SAS |
| 830111891 | RADIO INTEGRIDAD S.A. |
| 860354098 | PRODUCCIONES WILLVIN S.A. |
| 860505253 | AMERICA RADIO LTDA |
| 890300188 | RACOL MEDELLIN SAS |
| 890302907 | RDP S A S |
| 900248321 | WINDOWS CHANNEL COLOMBIA SA |
| 900624147 | RADIO MUNERA SAS EN PROCESO DE REORGANIZACION |

## E. Estudio de mercado:

| ITEM | ACTIVIDAD | Localidad | GCSJ-MC-032-2026 Contrato 1289 de 2026 José Iván Aguilar Castañeda - Frecuencia Modulada - | | Cantidad total a contratar |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | Valor Unitario | Cant. Total | Valor Total |
| 1 | Emisión de cuña en un espacio radial, a través de una emisora del Departamento del Meta, de hasta un (1) minuto de duración | Departamento del Meta. | $ 50.000 | 50 | $2.500.000 |
| 2 | Emisión de informes radiales en un espacio radial, a través de una emisora del Departamento del Meta, de hasta dos (2) minutos de duración | | $ 100.000 | 50 | $5.000.000 |
| 3 | Transmisión radial en vivo de eventos y/o entrevista en un espacio radial, a través de una emisora del Departamento del Meta, de hasta cinco (5) minutos de duración | | $ 250.000 | 0 | $0 |
| TOTAL | | | | | $7.500.000 |

Se requiere para cada mes los siguientes ítems: - Emisión de (**25)** cuña en un espacio radial, a través de una emisora del Departamento del Meta, de hasta un (1) minuto de duración. - Emisión de (**25)** informes radiales en un espacio radial, a través de una emisora del Departamento del Meta, de hasta dos (2) minutos de duración. Tiempo de ejecución dos (2) meses y un valor total del contrato de Siete millones quinientos mil pesos moneda corriente ($7.500.000), a través de un medio de comunicación radial en Frecuencia Modulada.

**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 | **Nombre** | Javier Felipe Méndez | **Nombre** | Bryan Mauricio Morales |
| **Cargo** | Cps Profesional Especializado | **Cargo** | Cps ABOGADO | **Cargo** | Gerente de Radio |
| **Proyectó** | | **Revisó** | | **Aprobó** | |