



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

Bogotá D.C. 22 de noviembre de 2025

Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia compra eficiente

agregaciondedemanda@colombiacompra.gov.co

contactenos@colombiacompra.gov.co

ventanillaunicaderadicacion@colombiacompra.gov.co

Ref: Observaciones al IAD Medios de Comunicación Alternativos, Comunitarios y Digitales

La **Central de Comunicación Comunitaria y Alternativa CCC**, se permite presentar las siguientes observaciones a los Documentos borradores del Instrumento de Agregación de Demanda - Sistema Dinámico de Adquisición para la contratación de Servicios de Medios de Comunicación Alternativos, Comunitarios y Digitales por parte de las Entidades a través de Mipymes y actores de la Economía Popular, así:

OBSERVACIONES

Consideraciones generales:

1. Se debe unificar el concepto del servicio que se desea agregar y que sea coherente con la normativa existente a nivel de leyes y decretos: la cual debe ser **“Medios de comunicación alternativos, comunitarios, digitales, ciudadanos y solidarios.”**
2. Se deben incluir todos los tipos de medios, se observa que se han dejado por fuera los medios audiovisuales y los medios sonoros ON line.
Dichas definiciones o conceptos las estamos proponiendo (documento base de la Política Pública Nacional de Comunicación Alternativa, Comunitaria y digital) y se integran en el **Anexo 4 – Anexo Técnico Condiciones y Especificaciones Técnicas**
3. Se deben incluir los diferentes servicios que pueden prestar los medios comunitarios y alternativos, incluido además de la difusión de cuñas y publicaciones, la creación de contenidos periodísticos y otros que se detallan en el apartado respectivo.



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

4. Se deben hacer las previsiones tarifarias, las cuales se convierten en el techo máximo, al igual los techos mínimos ante las injusticias en los territorios.
5. Se deben integrar los aspectos de parafiscales y tributarios.

Propuestas de ajustes al archivo Anexo 2:

El anexo 2. Anexos 2 Fichas Técnicas especificaciones y catalogo:

Aparece como categoría radiodifusión pero la Categoría debe ser **MEDIOS SONOROS**: Por cuanto en la categoría de medios sonoros se incluyen a los medios alternativos y comunitarios por emisión Fm conocidas como emisoras comunitarias, así como las emisoras streaming por emisión internet (que hacen falta integrar) y se requiere entonces una expresión o categoría más amplia que es MEDIO SONOROS.

Hace falta la categoría **MEDIOS AUDIOVISUALES**: que incluye a la televisión comunitaria, los medios audiovisuales por emisión streaming internet y los canales de producción propia de los pequeños operadores ISP (prestarios de internet de comunidades). La posibilidades de emisión van de 15 segundos, 20 segundos, 30 segundos, contenidos de 15 minutos, 30 minutos y una hora.

Los cambios

Anexo_2_Anexo_Tecnico_Fichas_Tecnicas_Especificaciones_y_Catalogo_c4d09c07-664a-4e47-a6b5-6ba0dbd2b11b.xlsx

No existen emisoras comunitarias ni étnicas en AM solo existen FM (Frecuencia modulada), por lo que se deben eliminar las filas 1 a 4 y las 9 a 12. 17 a 20, 25 a 28. 33 a 36, también eliminar 41 a 43 del archivo denominado Anexo_2_Anexo_Tecnico_Fichas_Tecnicas_Especificaciones_y_Catalogo_c4d09c07-664a-4e47-a6b5-6ba0dbd2b11b.xlsx

Las filas 86 a 93 se deben integrar a **Medios impresos**: Por cuanto se refiere a la cantidad de tiraje cuando se desee pautar o imprimir toda una edición. Por otro lado no se puede denominar PERIÓDICO INSTITUCIONAL sino **PERIÓDICO O REVISTA**.

Hacen falta los **MEDIOS AUDIOVISUALES**:

Hacen falta las emisoras ON LINE (que son parte de los medios sonoros)



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

Anexo les remito el cuadro Excel corregido denominado: **AJUSTE Anexo_2_Anexo_Tecnico_Fichas_Tecnicas_Especificaciones_y_Catalogo** el cual se anexa al final del documento y que también se encuentra en el drive: https://drive.google.com/drive/folders/17J8wUAdROuXJxmfZIXxBqTSb2TveS-vw?usp=drive_link

Es por ello que adicionalmente solicitamos realizar un nuevo cuadro completo EN EL CATÁLOGO DIFERENTES ITEMS, siendo coherentes con lo formulado en el Documento Estudios_y_Documentos_Previos_IAD_Medios_de_Comunicacion_Alternativos_Comunitarios_y_Digitales “ el cual indica: *“Así las cosas, para este IAD se contemplarán los servicios de publicidad incluyendo servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión, la creación y la realización de campañas de publicidad; actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora; portales web y redes sociales y la impresión de materiales publicitarios”*, por lo cual se adiciona así:

- PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y DE CONTENIDOS
- REDES SOCIALES Y SOCIAL MEDIA
- NUEVOS FORMATOS SONOROS
- EXPERIENCIAS Y BTL
- PERIODISMO GRÁFICO
- NUEVOS FORMATOS AUDIOVISUALES
- PRODUCCIÓN CON IA GENERATIVA
- POST-PRODUCCIÓN ASISTIDA POR IA
- DISEÑO Y ARTE GENERATIVO
- ACCESIBILIDAD E IDIOMAS
- ASISTENCIA WEB
- TRANSMISIÓN EN VIVO / STREAMING
- MERCHANDISING Y BRANDING Y KITS

En el Anexo_3_Anexo_Tecnico_Especificaciones_y_Fichas_Tecnicas

Hace falta la categoría MEDIOS AUDIOVISUALES: que incluye a la televisión comunitaria, los medios audiovisuales por emisión streaming internet y los canales de producción propia de los pequeños operadores ISP (prestatarios de internet de comunidades). La posibilidades de



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

emisión van de 15 segundos, 20 segundos, 30 segundos, contenidos de 15 minutos, 30 minutos y una hora.

Adicionar los medios sonoros On Line.

Anexo 4 – Anexo Técnico Condiciones y Especificaciones Técnicas

Hace falta integrar las definiciones de los tipos de medios:

TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS, COMUNITARIOS Y DIGITALES SEGÚN LOS CANALES DE DIFUSIÓN, definiciones coherentes con las políticas públicas regionales (Bogotá y Medellín) y con los avances de la Política Pública Nacional de Comunicación Alternativa, Comunitaria y digital, así:

1. Medios audiovisuales:

El sector de medios audiovisuales está conformado por los medios que usan el formato audiovisual (audio e imágenes en movimiento) independiente del canal de transmisión y con emisión permanente. Aquí se integran los canales de Televisión comunitaria catalogados así por Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) (antes Autoridad Nacional de Televisión ANTV), los canales de Televisión por protocolo IP (internet) TvIp, Tv streaming y Tv por demanda que tienen dominio propio e independiente; así como los canales de producción propia por suscripción que tienen contenidos comunitarios y alternativos y que se soportan sobre las plataformas de los pequeños operadores ISP.

2. Medios impresos:

El sector de los medios impresos corresponde a periódicos y revistas, impresas en papel en un número significativo de ejemplares y de manera sistemática generalmente por periodos de tiempos determinados (diarios, semanales, mensuales o hasta semestrales).

3. Medios Digitales:

Se trata de los medios que utilizan las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC-, con dominio propio e independiente y cuyos servicios y productos recogen, almacenan, procesan, crean, transmiten o muestran datos e información electrónicamente. La información y datos adopta la forma de textos, imágenes, audio o audiovisual. Aquí se integran las páginas webs como portales de información, noticias, opinión, humor, entre otros.

4. Medios Sonoros:



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

El sector de medios sonoros está conformado por los medios de comunicación que se caracterizan por usar como formato de información exclusivo o prevalente el sonido, sea el lenguaje vocal, la música o similares, independiente de si su emisión y transmisión utilizan la internet, cable, circuitos cerrados, señales electromagnéticas, frecuencias libres wifi u otro sistema. Aquí se integran las emisoras comunitarias FM con licencia, las emisoras étnicas por Fm y las comunitarias y étnicas que se otorguen por la banda AM, las emisoras Online que usan la internet con dominio propio, en emisión por programación, piezas sonoras por demanda, streaming, audio por demanda (podcast) y similares.

Estas definiciones también deberían aparecer en el documento:
Estudios_y_Documentos_Previos_IAD_Medios_de_Comunicacion_Alternativos_Comunitarios_y_Digitales.pdf

SOLICITUD DE AJUSTES AL DOCUMENTO DE ESTUDIOS PREVIOS denominado:

Estudios_y_Documentos_Previos_IAD_Medios_de_Comunicacion_Alternativos_Comunitarios_y_Digitales.pdf

Se indica que: “La diversidad de servicios de Medios de Comunicación Alternativos, Comunitarios y Digitales, implica que no se puede establecer un precio de referencia fijo y universal. Por esta razón, y con el objetivo de poder definir unos precios de catálogo, Colombia Compra Eficiente ha fijado inicialmente cuatro (4) Categorías de servicios: 1- Catálogo de Servicios de Radiodifusión sonora, 2- Catálogo de servicios de prensa escrita, 3- Catálogo de Servicios de divulgación, y 4- Catálogo de servicios de prensa digital.” Pero la descripción es excluyente por lo que proponemos se modifique la pagina 44 con las siguientes categorías:

1. Catálogo de Servicios de Medios sonoros
2. Catálogo de Servicios de Medios impresos (incluye divulgación en tirajes de periódicos)
3. Catálogo de Servicios de Medios Audiovisuales
4. Catálogo de Servicios de Medios digitales -Tic

Como se indicó anteriormente se están dejando por fuera todos los medios audiovisuales (tv comunitaria, Tv cerrada de los pequeños Isp y Tv ON Line o streaming); también se está dejando por fuera los medios sonoros ON Line (emisoras On Line).

Siendo coherentes con lo aquí explicado la tabla de los códigos CIIU se debe agregar tanto en la página 17, así como la consistencia que se debe tener en las páginas 66 y 67 así:



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

Tabla 1 - Agrupación Códigos CIU - Según Sector Sector	Código CIU
SECTOR MEDIOS DE COMUNICACIÓN	7310 – Publicidad.
	6010 – Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora.
	6020 - Actividades de programación y transmisión de televisión
	5920 - Actividades de grabación de sonido y edición de música
	6312 – Portales web
	6311 - Procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades relacionadas
	1811 – La impresión de materiales publicitarios, tales como: carteles y avisos litográficos; afiches; catálogos publicitarios; almanaques y calendarios; diarios y agendas temáticas; formularios comerciales; papel de correspondencia, y otros materiales impresos (incluye actividades de este código)
	<u>9004</u> - Creación audiovisual
	5911 - La producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión. La producción de avisos comerciales para televisión y salas de cine o teatros.



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

	5912 - Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
	5913 - Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
	5811- La edición de libros en general, libros de ficción, para profesionales, religiosos, técnicos, folletos, fascículos y otras publicaciones similares; y otros
	5813 - Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
	6201 - Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)
	6391 - Actividades de agencias de noticias
	6399 - Otras actividades de servicio de información no clasificadas en otra parte, tales como: servicios de información telefónica; servicios de búsqueda de información a cambio de una retribución o por contrata; servicios de selección de noticias, servicios de recorte de noticias



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

Se debe establecer una tabla de precios de los servicios a ser prestados, conforme al catálogo, es de precisar que si existen tarifas en las ciudades de Bogotá y Medellín que se han venido aplicando por las diferentes agencias, en el caso de Bogotá la mayor agencia de contratación es la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá. La tabla de precios es la siguiente:

LINEAMIENTO TARIFAS COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA PARA EL 2025 AGENCIAS Lineamiento de 2011 ajustado al IPC Bogotá	
TIPO DE MEDIO Y PIEZA	TARIFAS 2025 Los valores corresponden al ajuste del IPC Bogotá 5,69% a dic 31 de 2024
MEDIOS SONOROS	
Anuncio de 15 segundos	\$ 49.874
Anuncio de 20 segundos	\$ 62.343
Anuncio de 30 segundos	\$ 83.124
Mini reportaje de 3 minutos	\$ 249.372
MEDIOS IMPRESOS	
Contraportada (portada)	\$ 5.300.000
Una página	\$ 4.654.745
Dos páginas	\$ 6.982.000
Media página	\$ 2.844.567
Un tercio de página	\$ 1.933.856
Un cuarto de página	\$ 1.650.000
MEDIOS AUDIOVISUALES	
Emisión comercial de 15 segundos	\$ 77.928
Emisión comercial de 20 segundos	\$ 103.905
Emisión comercial de 30 segundos	\$ 155.858
Emisión spot de 20 segundos	\$ 140.272
Emisión spot de 30 segundos	\$ 210.408
Emisión de 1 minuto	\$ 207.810

CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

Emisión de 10 minutos	\$ 748.114
Emisión de 30 minutos	\$ 1.246.856
Emisión de 1 hora	\$ 1.662.476
Producción de 30 minutos en vivo	\$ 2.493.714
MEDIOS TIC	
Banner lateral 150X50 PX aprox.	\$ 1.246.856
Banner Caja de 300 X 250	\$ 1.246.856
Banner 500x500 ó 600x335	\$ 2.027.066
Banner 740x300 O 300X740	\$ 3.209.522
Skyscraper sobre cabezote (120x600, 160x600 Pixeles)	\$ 4.156.190
Skyscraper parte baja	\$ 1.662.476
Artículo publrreportaje o asimilado texto home page más imágenes	\$ 4.654.745
Artículo texto sección interna	\$ 1.454.666
Link de descarga hasta 2 MB	\$ 415.619
Video 30 min estático	\$ 1.870.285
Producción y emisión audiovisual de 30 min en vivo	\$ 2.493.714
Chat en línea (texto)	\$ 1.039.047
Producción video HD 30 min sin material (guión, investigación, edición, formateo, alojamiento) *	\$ 6.000.000
Producción video HD 30 min con material listo, alojamiento y publicación *	\$ 5.000.000
Producción multimedia 3D 5 min. *	\$ 5.500.000
Envío masivo correos 5000 (valor base)	\$ 1.870.285
Envío masivo correos 10.000 (valor base)	\$ 3.324.951
Envío masivo correos 25.000 (valor base)	\$ 7.273.331
Envío masivo correos desde más de 30.000 (valor base)	\$ 7.481.141
Envío masivos correos desde más de 50.000 (valor base)	\$ 11.429.521
Alojamiento FTP (cotizar)	\$ -
Construcción web estándar	\$ 6.234.285
Web personal	\$ 1.870.285
Programación streaming básico	\$ 2.078.095



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

En el valor se incluye la comisión a otorgar, así como los impuestos que probablemente descuenten las agencias. El valor para el 2025 corresponde a la base oficializada en el 2024 más un ajuste del IPC Bogotá del 5,69% conforme a la información del Dane.

En la pagina 66 solicitamos se pueda también contratar con las agencias o empresas que agrupen a los medios alternativos, comunitarios y digitales, que estén constituidas como entidades sin ánimo de lucro sean centrales de medios, asociaciones y otras, por lo tanto se propone adicionar así:

Persona Jurídica:

- Empresas de publicidad
- Entidades sin ánimo de lucro y del sector solidario que agrupen o asocien medios alternativos, comunitarios y digitales como agencias o centrales de medios.
- Empresas de actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora.
- Actividades de programación y transmisión de televisión
- Portales web.
- Empresas de impresión de materiales publicitarios, tales como: carteles y avisos litográficos; afiches; catálogos publicitarios; almanaques y calendarios; diarios y agendas temáticas; formularios comerciales; papel de correspondencia, y otros materiales impresos (incluye actividades de este código)

Otras conforme se detalla en el cuadro de actividades y sus códigos CIU (Página

En éste sentido se debe adicionar las alternativas del registro <https://mimercadopopular.gov.co/proveedores/auth/register> incluyendo las agencias de medios alternativos, comunitarios y digitales.

Modificar el Formato 6 – Certificación de Pagos de Seguridad Social y Aportes Parafiscales Artículo 50 Ley 789 de 2002 (Personas Naturales)

Adicionar la siguiente consideración:

Todos los independientes tienen la obligación de aportar al Sistema General de Seguridad Social -SGSS, si perciben ingresos netos igual o superiores a 1 salario mínimo mensual legal vigente -SMMLV. Artículo 15 de la Ley 100 de 1993.



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

Es decir que si existiere una contratación de menos de un salario mínimo tampoco puede ser exigible.

Por otro lado es de precisar lo siguiente con relación al IVA y retefuente:

2. SOBRE EL IVA Y RETENCIÓN EN LA FUENTE:

- Somos exentos de Retención en la Fuente de conformidad al Artículo 8o Decreto Reglamentario 1512 de 1985 y Exentos de IVA de acuerdo con lo establecido en la Ley tributaria 788 de 2002, en su Artículo 36 Numeral 21.
- Adicionalmente, están las excepciones y aplicación a las entidades sin ánimo de lucro, sean asociaciones, fundaciones o corporaciones que establece el estatuto tributario.
- Las personas naturales directores y propietarios de los medios no tenemos el proceso de facturación por lo cual no estamos frente a su aplicación, por cuanto lo que se tramitan son cuentas de cobro.

Veamos a continuación el desglose normativo:

En materia de retención en la fuente, el MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO DECRETO NÚMERO 1512 DE 1985 (Mayo 31) Por el cual se reglamenta el artículo 30 de la ley 9 de 1983 y se dictan normas en materia de retención en la fuente. El presidente de la república de Colombia, en uso de sus atribuciones constitucionales y legales y en especial de las que le confieren los artículos 30 y 86 de la ley 9° de 1983 y 16 de la ley 50 de 1984; determina en el artículo 8 lo siguiente:

ARTICULO 8°. La retención por servicios de radio, prensa, televisión, restaurante, hotel y hospedaje no se regirá por lo previsto en el presente decreto.

En cuanto a la exclusión del IVA, La Ley tributaria 788 de 2002, en su Artículo 36 Numeral 21 establece, la exclusión en el impuesto de IVA (corresponde al Artículo 476 del Estatuto Tributario)

FUENTE: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_tributario_pr019.html#476



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

que a la letra dice así:

ARTÍCULO 36. Servicios excluidos del impuesto sobre las ventas. Modifícanse los numerales 3, 5 y 8 y adiciónense tres numerales al artículo 476 del Estatuto Tributario, los cuales quedan así:

21. Los servicios de publicidad en periódicos que registren ventas en publicidad a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior inferiores a tres mil millones de pesos (\$3.000.000.000) (valor año base 2002).

La publicidad en las emisoras de radio cuyas ventas sean inferiores a quinientos millones de pesos (\$500.000.000) al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior (valor año base 2002) y programadoras de canales regionales de televisión cuyas ventas sean inferiores a mil millones de pesos (\$1.000.000.000) al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior (valor año base 2002). Aquellas que superen este monto se regirán por la regla general.

Las exclusiones previstas en este numeral no se aplicarán a las empresas que surjan como consecuencia de la escisión de sociedades que antes de la expedición de la presente ley conformen una sola empresa ni a las nuevas empresas que se creen cuya matriz o empresa dominante se encuentre gravada con el IVA por este concepto”.

21. <Ajuste de las cifras en valores absolutos en términos de UVT por el artículo [51](#) de la Ley 1111 de 2006 (A partir del año gravable 2007). Valores absolutos y textos modificados sucesivamente por los decretos 3257/02, 3804/03, 4344/04 y 4715/05, los cuales omitieron las palabras entre corchetes{...} del texto adicionado por la Ley 788 de 2002. Numeral adicionado por el artículo [36](#) de la Ley 788 de 2002. El nuevo texto es el siguiente:> Los servicios de publicidad en periódicos que registren ventas en publicidad a 31 de diciembre {del año inmediatamente anterior} inferiores a 180.000 UVT.

La publicidad en las emisoras de radio cuyas ventas sean inferiores a 30.000 UVT al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior y programadoras de canales regionales de televisión cuyas ventas sean inferiores a 60.000 UVT al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior. Aquellas que superen este monto se regirán por la regla general.

Las exclusiones previstas en este numeral no se aplicarán a las empresas que surjan como consecuencia de la escisión de sociedades que antes de la expedición de la presente ley conformen una sola empresa ni a las nuevas empresas que se creen cuya matriz o empresa dominante se encuentre gravada con el IVA por este concepto.

La correspondencia de valores es la siguiente:



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

“Los servicios de publicidad en periódicos que registren ventas en publicidad a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior inferiores a \$5.355.540.000 (valor año 2024). La publicidad en las emisoras de radio cuyas ventas sean inferiores a \$1.411.950.000 al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior (valor año 2024) y programadoras de canales regionales de televisión cuyas ventas sean inferiores a \$2.823.900.000 al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior (valor año base 2024). Aquellas que superen este monto se regirán por la regla general.”

De conformidad con lo establecido en el Artículo 424 del Estatuto Tributario los siguientes bienes se hallan excluidos del impuesto sobre las ventas y por consiguiente su venta o importación no causa el impuesto a las ventas: Para tal efecto se utiliza la nomenclatura Nandina vigente: (Decreto 2800 de diciembre 20 de 2.000)

49.02. Diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados.

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –DIAN- publicó la Resolución 187 del 28 de noviembre de 2023, que establece en \$47.065 el valor de la unidad de valor tributario (UVT), que entraría a regir a partir del 1º de enero del 2024

Como se observa no es ajustado a la Ley el que se realicen descuento alguno de retención y de IVA.

Veamos adicionalmente el siguiente concepto de la DIAN, desde la División De Normativa y Doctrina Tributaria:

http://www.dian.gov.co/_05256fba00815fe5.nsf/0/a59200b57f16bb8a05257298007a0c52?OpenDocument&Highlight=2,No,007920

<http://actualicese.com/normatividad/2007/02/02/concepto-007920-de-02022007/>

Concepto
2 de Febrero de 2007

No.

007920



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

Tema: Retención

Descriptor: Retención por honorarios. Pagos a periodistas, por divulgar programas y boletines.

Señor

FRANZ

WESLEY

AGUIRRE

MUÑOZ

Palmira – Valle del Cauca.

TEMA. RETENCION EN LA FUENTE.

DESCRIPTORES. Retención por honorarios – Pagos a periodistas.

Cordial saludo señor Aguirre:

De conformidad con lo previsto en el artículo 10 de la Resolución 1618 de 2006, en concordancia con el artículo 11 del Decreto 1265 de 1999, esta División es competente para absolver en forma general las consultas que se formulen en relación con la interpretación y aplicación de las normas correspondientes a los impuestos del orden nacional, administrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales; presupuesto bajo el cual se da respuesta a su comunicación.

En el escrito de la referencia consulta usted si los pagos efectuados a periodistas que celebran contratos para transmitir y divulgar a la comunidad los planes, programas, boletines y en general las acciones y gestión de la Administración a través de espacios en la radio, televisión o prensa están sujetos a retención.

Al respecto le manifiesto:

En el Concepto No 01735 del 15 de enero de 1993, este Despacho dio respuesta a una inquietud similar en la que se planteo lo siguiente:

“De acuerdo a lo preceptuado en los artículos 4 del decreto 2775 de 1983 y 8 del decreto 1512 de 1985, se consulta si los pagos efectuados a los periodistas que celebren contratos de cuñas publicitarias que transmiten en espacios comprados o arrendados por determinado tiempo en la radio están sujetos a retención en la fuente?

En este evento debemos distinguir dos situaciones diferentes:

- a). El pago que efectúa la persona o entidad al periodista para que este le transmita una cuña publicitaria.
- b). El pago que realiza el periodista a la radio, por la venta o arriendo del espacio publicitario que le permita transmitir el mensaje publicitario.



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

En el primer caso, el pago que se le hace al periodista estará sometido a retención en la fuente a la tarifa del 10% por concepto de honorarios, por tratarse de un servicio donde prima el factor intelectual del periodista sobre el puramente material o mecánico.

En el segundo evento no habrá retención en la fuente ya que por expresa disposición legal, los servicios de radio, prensa y televisión, etc, no están sometidos a retención en la fuente.” ..

Como vemos este Despacho ha señalado que lo que se excluye de la retención en la fuente son los servicios de radio, prensa y televisión, es decir, los que se relacionan concretamente con los medios de comunicación que venden o suministran el espacio correspondiente para las transmisiones pero no desde luego el servicio que prestan los periodistas de divulgar ya sean cuñas publicitarias o cualquier otra información como las acciones de gestión de la Administración.

En cuanto a cuál es el alcance del artículo 4 del Decreto 2775 de 1983, del artículo 14 del Decreto 2026 de 1983 y del artículo 8 del Decreto 1512 de 1985, si en el fondo ninguno de ellos manifiesta la exclusión de la retención en la fuente para los servicios de radio, prensa y televisión, debemos señalar que efectivamente aunque de manera expresa los citados artículos no consagran la exención a la retención en la fuente para los mencionados servicios del análisis sistemático de las disposiciones citadas se concluye claramente que no son objeto de retención en la fuente.

En efecto al señalar el artículo 4 del Decreto 2775 de 1983 que la retención por servicios de radio, prensa y televisión no se regirá por lo previsto en el decreto 2026 de 1983, lo que quiso significar con ello es que como en este último decreto se regulaba el tema de la retención en la fuente al no quedar cobijados por ella se colegía que dichos servicios no quedaban sometidos a retención y además como el Decreto 1512 de 1985 reglamentó la retención en la fuente por otros ingresos y de esta normatividad también fueron expresamente excluidos, se concluye que los servicios de radio, prensa y televisión prestados por los medios de comunicación no se encuentran sometidos a dicho mecanismo.

Respecto a su interrogante sobre cuál es la interpretación que debe darse al numeral 1 del artículo 14 del decreto 2026 de 1983, recogido en el artículo 369 del Estatuto Tributario, para determinar claramente que personas naturales no son contribuyentes del impuesto sobre la renta o cuáles se encuentran exentas de dicho impuesto, le informo que por regla general todas las personas naturales y jurídicas que tengan residencia en Colombia son contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios, por los ingresos que obtengan.

Existen algunas entidades a quienes se les ha exonerado de la calidad de contribuyentes de manera expresa por la ley, a manera de ejemplo podemos mencionar las señaladas en los artículos 22, 23, 23-1 Y 23-2 del Estatuto Tributario, como son entre otras la Nación, los Departamentos, municipios, fondos comunes, fondos parafiscales, fondos de pensiones, los cuales no serán objeto de retención en la fuente toda vez que dichas entidades no son



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

contribuyentes de impuesto sobre la renta. Tratándose de personas naturales la ley fiscal no consagra ninguna exclusión de la calidad de contribuyente de este impuesto.

Ahora bien, como se dejó señalado, la ley fiscal no establece que unas determinadas personas naturales se puedan considerar exentas del impuesto sobre la renta y complementarios; lo que consagra es que determinados ingresos constitutivos de renta o ganancia ocasional sean considerados rentas exentas; a manera de ejemplo podemos citar las previstas en el artículo 206 del Estatuto Tributario, las que conforme a la regla general contenida en el numeral 1 del 369 del Estatuto Tributario, no son objeto de retención en la fuente, hasta los límites señalados en la disposición legal.

Se debe tener en cuenta que la tarifa de retención por honorarios y comisiones percibidos por personas naturales es del 11%, acorde con lo señalado por el artículo 10 del decreto 260 de 2001, en cualquiera de los siguientes casos:

3. a) – Cuando del contrato se desprenda que los ingresos que obtendrá la persona natural beneficiaria del pago o abono en cuenta superan en el año (2007) 3.300 UVT.
4. b) -Cuando los pagos o abonos en cuenta realizados por un mismo agente retenedor a una misma persona natural superen en el año 2007 los valores equivalentes a las 3.300 UVT.

El valor de la UVT para 2007 es de \$20.974, de conformidad con la Resolución No 15652 de 28 de diciembre de 2006.

Si los valores no exceden los anunciados, la tarifa de retención es del 10%.

Cuando medie una relación laboral, se aplica la retención conforme con el procedimiento adoptado por el empleador acorde con los artículos 385 y 386 del Estatuto Tributario.

Por último, le manifestamos que la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, con el fin de facilitar a los contribuyentes, usuarios y público en general el acceso directo a sus pronunciamientos doctrinarios, ha publicado en su página de internet www.dian.gov.co < <http://www.dian.gov.co> > , la base de conceptos en materia tributaria, aduanera y cambiaria expedidos desde el año 2001, a la cual se puede ingresar por el ícono de “Normatividad” –“técnica”-, dando click en el link “Doctrina Oficina Jurídica”.

Atentamente,

CAMILO VILLARREAL G

Delegado – División De Normativa y Doctrina Tributaria

Oficina Jurídica

.....



CENTRAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

En toda cuenta de cobro, factura o documento equivalente se debe tener en cuenta la aplicación de las siguientes normas:

- Exentos de IVA de acuerdo con lo establecido en la Ley Tributaria, Ley 788 de 2002 en su Artículo 36 Numeral 21. Exentos de Retención en la Fuente Artículo 8o Decreto Reglamentario 1512/85 y
- Por otro lado el documento equivalente a la factura de venta según el Art.616-2 ET. De acuerdo al Art. 499 ET, cuando se pertenece al Régimen Simplificado no se es Responsable de IVA.

RESPUESTAS Y COMUNICACIONES A:

Rodrigoacostab@gmail.com medioscomunitariosunidos@gmail.com,
<https://centralccc.com/> Calle 166 # 9-70 Etapa 2 Torre 1 - 204 Bogotá D.C.

Cordialmente;

RODRIGO HERNÁN ACOSTA BARRIOS

C.C 19439747

Representante Legal CCC

NIT 901080947-1

Teléf: 3005810164

MEDIOS SONOROS	
Nombre del Servicio	CUÑAS 20 SEGUNDOS
Frecuencia	De 1, 2 o 4 veces al día
Franja	De 6:00 AM a 11:59 PM o De 12:00 PM a 5:59 PM
Referencia	Local (Municipal/Departamental) o Nacional (Todo el país)
Banda	AM o FM
Observación	La Entidad Compradora definirá en la solicitud de cotización la frecuencia, la franja, la referencia y la banda en la que requiere este servicio. Adicionalmente, los días y las horas (de acuerdo con la franja seleccionada) en los que requiere el servicio

Nombre del Servicio	CUÑAS 30 SEGUNDOS
Frecuencia	De 1, 2 o 4 veces al día
Franja	De 6:00 AM a 11:59 PM o De 12:00 PM a 5:59 PM
Referencia	Local (Municipal/Departamental) o Nacional (Todo el país)
Observación	La Entidad Compradora definirá en la solicitud de cotización la frecuencia, la franja, la referencia y la banda en la que requiere este servicio. Adicionalmente, los días y las horas (de acuerdo con la franja seleccionada) en los que requiere el servicio

Nombre del Servicio	CUÑAS 20 SEGUNDOS
Frecuencia	De 1, 2 o 4 veces al día
Franja	De 6:00 AM a 11:59 AM o De 12:00 PM a 5:59 PM
Referencia	Local (Municipal/Departamental) o Nacional (Todo el país)
Observación	La Entidad Compradora definirá en la solicitud de cotización la frecuencia, la franja, la referencia y la banda en la que requiere este servicio. Adicionalmente, los días y las horas (de acuerdo con la franja seleccionada) en los que requiere el servicio

Nombre del Servicio	CUÑAS 30 SEGUNDOS
Frecuencia	De 1, 2 o 4 veces al día
Franja	De 6:00 AM a 11:59 AM o De 12:00 PM a 5:59 PM
Referencia	Local (Municipal/Departamental) o Nacional (Todo el país)
Observación	La Entidad Compradora definirá en la solicitud de cotización la frecuencia, la franja, la referencia y la banda en la que requiere este servicio. Adicionalmente, los días y las horas (de acuerdo con la franja seleccionada) en los que requiere el servicio

MEDIOS IMPRESOS	
Nombre del Servicio	1/4 DE PAGINA
Referencia	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)
Formato	Aviaso Portada / Aviso Página / Aviso contra portada
Tipo	Blanco y negro
Observación	La Entidad Compradora podrá tener en cuenta factores de calidad adicionales diferentes al precio, al momento de seleccionar al proveedor, cómo lo son la capacidad de imprenta y copias (tiraje)

Nombre del Servicio	1/4 DE PAGINA
Referencia	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)
Formato	Aviso Portada / Aviso Página / Aviso contra portada
Tipo	A color
Observación	La Entidad Compradora podrá tener en cuenta factores de calidad adicionales diferentes al precio, al momento de seleccionar al proveedor, cómo lo son la capacidad de imprenta y copias (tiraje)

Nombre del Servicio	1/2 DE PAGINA
Referencia	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)
Formato	Aviso Portada / Aviso Página / Aviso contra portada
Tipo	Blanco y negro
Observación	La Entidad Compradora podrá tener en cuenta factores de calidad adicionales diferentes al precio, al momento de seleccionar al proveedor, cómo lo son la capacidad de imprenta y copias (tiraje)

Nombre del Servicio	1/2 DE PAGINA
Referencia	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)
Formato	Aviso Portada / Aviso Página / Aviso contra portada
Tipo	A color
Observación	La Entidad Compradora podrá tener en cuenta factores de calidad adicionales diferentes al precio, al momento de seleccionar al proveedor, cómo lo son la capacidad de imprenta y copias (tiraje)

Nombre del Servicio	1 PAGINA
Referencia	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)
Formato	Aviso Portada / Aviso Página / Aviso contra portada
Tipo	Blanco y negro
Observación	La Entidad Compradora podrá tener en cuenta factores de calidad adicionales diferentes al precio, al momento de seleccionar al proveedor, cómo lo son la capacidad de imprenta y copias (tiraje)

Nombre del Servicio	1 PAGINA
Referencia	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)
Formato	Aviso Portada / Aviso Página / Aviso contra portada
Tipo	A color
Observación	La Entidad Compradora podrá tener en cuenta factores de calidad adicionales diferentes al precio, al momento de seleccionar al proveedor, cómo lo son la capacidad de imprenta y copias (tiraje)

Nombre del Servicio	MEDIOS IMPRESO TIRAJE
Referencia	Tamaño: tabloide de 21 cm X 25 cm Papel periódico blanco en policromía 12 páginas: refilado y granado
Tiraje	1.000, 3.000, 5.000 o 10.000 unidades por mes
Frecuencia	Edición por mes - 12 páginas

Tipo	A color
Observación	La Entidad Compradora definirá en la solicitud de cotización la referencia, el tiraje y la frecuencia que requiere este servicio. Adicionalmente, los días y las horas en los en los que requiere el servicio, de acuerdo los tiempos de entrega logísticos definidos en las regiones y tiempos de entrega (Encuesta Nacional Logística vigente).

Nombre del Servicio	PERIÓDICO INSTITUCIONAL
Referencia	Tamaño: tabloide de 21 cm X 25 cm Papel periódico blanco en policromía 24 páginas: refilado y granado
Tiraje	1.000, 3.000, 5.000 o 10.000 unidades por mes
Frecuencia	Edición por mes - 24 páginas
Tipo	A color
Observación	La Entidad Compradora definirá en la solicitud de cotización la referencia, el tiraje y la frecuencia que requiere este servicio. Adicionalmente, los días y las horas en los en los que requiere el servicio, de acuerdo los tiempos de entrega logísticos definidos en las regiones y tiempos de entrega (Encuesta Nacional Logística vigente).

MEDIOS DIGITALES TIC	
Nombre del Servicio	BANNER DIGITAL CABECERA WEB DE 920px POR 70px
Referencia	Pieza gráfica informativa en pantalla de escritorio Alcance Local (Municipio/ Departamento) o Nacional (Todo el país)
Duración	15 o 30 días
Tipo	Estático
Para Dispositivo	Computador
Observación	La Entidad Compradora podrá tener en cuenta factores de calidad adicionales diferentes al precio, al momento de seleccionar al proveedor, cómo lo son las visitas al sitio web, los clics para los servicios de Prensa Digital

Nombre del Servicio	BANNER DIGITAL CABECERA WEB DE 920px POR 70px
Referencia	Pieza gráfica informativa en pantalla de escritorio Alcance Local (Municipio/ Departamento) o Nacional (Todo el país)
Duración	15 o 30 días
Tipo	Estático
Para Dispositivo	Móvil
Observación	La Entidad Compradora podrá tener en cuenta factores de calidad adicionales diferentes al precio, al momento de seleccionar al proveedor, cómo lo son las visitas al sitio web, los clics para los servicios de Prensa Digital

Nombre del Servicio	VENTANA EMERGENTE PANTALLA COMPLETA RESPONSIVE
Referencia	Pieza gráfica informativa Alcance Local (Municipio/ Departamento) o Nacional (Todo el país)
Duración	Estático
Tipo	Estático

Para Dispositivo	Móvil
Observación	La Entidad Compradora podrá tener en cuenta factores de calidad adicionales diferentes al precio, al momento de seleccionar al proveedor, cómo lo son las visitas al sitio web, los clics para los servicios de Prensa Digital

MEDIOS AUDIOVISUALES	
Nombre del Servicio	
Referencia	
Duración	
Tipo	
Para Dispositivo	
Observación	La Entidad Compradora podrá tener en cuenta factores de calidad adicionales diferentes al precio, al momento de seleccionar al proveedor, cómo lo son las visitas al sitio web, los clics para los servicios de Prensa Digital

AGREGAR LOS QUE SE DESCRIBEN EN EL CATALOGO

No	CATEGORÍA	SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	FRANJA HORARIA	REFERENCIA	LOGÍSTICA DE ENTREGA	PRECIO SIN IVA	
5	MEDIOS SONOROS	CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Unidad por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
6		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Unidad por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
7		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Unidad por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
8		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Unidad por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
13		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 2 por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
14		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 2 por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
15		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 2 por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
16		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 2 por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
21		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 4 por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
22		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 4 por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
23		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 4 por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
24		CUÑA DE 20 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 4 por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
29		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Unidad por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
30		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Unidad por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
31		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Unidad por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
32		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Unidad por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
37		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 2 por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
38		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 2 por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
39		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 2 por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
40		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 2 por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
45		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 4 por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
46		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 4 por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
47		CUÑA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 4 por día - Banda FM	De 6:00 AM a 11:59 AM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir	
			CUNA DE 30 SEGUNDOS - LUNES a VIERNES	Paquete de 4 por día - Banda FM	De 12:00 PM a 5:59 PM	Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir
			Anuncio de 15 segundos CUALQUIER DÍA DE LA SEMANA	Unidad por día - Emisión Streaming				
			Anuncio de 20 segundos CUALQUIER DÍA DE LA SEMANA	Unidad por día - Emisión Streaming				
			Anuncio de 30 segundos CUALQUIER DÍA DE LA SEMANA	Unidad por día - Emisión Streaming				
			Mini reportaje de 3 minutos CUALQUIER DÍA DE LA SEMANA	Unidad por día - Emisión Streaming				
			Reportaje de 30 minutos CUALQUIER DÍA DE LA SEMANA	Unidad por día - Emisión Streaming				
			Reportaje de una hora CUALQUIER DÍA DE LA SEMANA	Unidad por día - Emisión Streaming				
48								
49		MEDIOS IMPRESOS	1/4 DE PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PORTADA	Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
50			1/2 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PORTADA	Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
51			1 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PORTADA	Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
52			1/4 DE PAGINA A COLOR - AVISO PORTADA	Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
53			1/2 PAGINA A COLOR - AVISO PORTADA	Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
54	1 PAGINA A COLOR - AVISO PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
55	1/4 DE PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
56	1/2 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
57	1 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
58	1/4 DE PAGINA A COLOR - AVISO PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
59	1/2 PAGINA A COLOR - AVISO PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
60	1 PAGINA A COLOR - AVISO PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
61	1/4 DE PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
62	1/2 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
63	1 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
64	1/4 DE PAGINA A COLOR - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
65	1/2 PAGINA A COLOR - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
66	1 PAGINA A COLOR - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
67	1/4 DE PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
68	1/2 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
69	1 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
70	1/4 DE PAGINA A COLOR - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
71	1/2 PAGINA A COLOR - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
72	1 PAGINA A COLOR - AVISO PÁGINA INTERNA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
73	1/4 DE PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO CONTRA PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
74	1/2 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO CONTRA PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
75	1 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO CONTRA PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
76	1/4 DE PAGINA A COLOR - AVISO CONTRA PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
77	1/2 PAGINA A COLOR - AVISO CONTRA PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
78	1 PAGINA A COLOR - AVISO CONTRA PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir	
79	1/4 DE PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO CONTRA PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
80	1/2 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO CONTRA PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	
81	1 PAGINA A BLANCO Y NEGRO - AVISO CONTRA PORTADA		Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir	

82		1/4 DE PAGINA A COLOR - AVISO CONTRA PORTADA	Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir
83		1/2 PAGINA A COLOR - AVISO CONTRA PORTADA	Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir
84		1 PAGINA A COLOR - AVISO CONTRA PORTADA	Unidad - Una sola salida	No aplica	Según tamaño del medio (periódico, revista) Alcance Nacional (Todo el País)	No aplica	Por definir
85		PERIÓDICO - EDICIÓN POR MES / 12 PÁGINAS	Tiraje: 1.000 unidades por Mes	No aplica	Tamaño: tabloide de 21 cm X 25 cm Papel periódico blanco en policromía 12 páginas; refilado v grapado	Si aplica	
86		PERIÓDICO - EDICIÓN POR MES / 12 PÁGINAS	Tiraje: 3.000 unidades por Mes	No aplica	Tamaño: tabloide de 21 cm X 25 cm Papel periódico blanco en policromía 12 páginas; refilado y grapado	Si aplica	
87		PERIÓDICO - EDICIÓN POR MES / 12 PÁGINAS	Tiraje: 5.000 unidades por Mes	No aplica	Tamaño: tabloide de 21 cm X 25 cm Papel periódico blanco en policromía 12 páginas; refilado y grapado	Si aplica	
88		PERIÓDICO - EDICIÓN POR MES / 12 PÁGINAS	Tiraje: 10.000 unidades por Mes	No aplica	Tamaño: tabloide de 21 cm X 25 cm Papel periódico blanco en policromía 12 páginas; refilado y grapado	Si aplica	
89		PERIÓDICO - EDICIÓN POR MES / 24 PÁGINAS	Tiraje: 1.000 unidades por Mes	No aplica	Tamaño: tabloide de 21 cm X 25 cm Papel periódico blanco en policromía 24 páginas; refilado y grapado	Si aplica	Por definir
90		PERIÓDICO - EDICIÓN POR MES / 24 PÁGINAS	Tiraje: 3.000 unidades por Mes	No aplica	Tamaño: tabloide de 21 cm X 25 cm Papel periódico blanco en policromía 24 páginas; refilado v grapado	Si aplica	Por definir
91		PERIÓDICO - EDICIÓN POR MES / 24 PÁGINAS	Tiraje: 5.000 unidades por Mes	No aplica	Tamaño: tabloide de 21 cm X 25 cm Papel periódico blanco en policromía 24 páginas; refilado v grapado	Si aplica	Por definir
92		PERIÓDICO - EDICIÓN POR MES / 24 PÁGINAS	Tiraje: 10.000 unidades por Mes	No aplica	Tamaño: tabloide de 21 cm X 25 cm Papel periódico blanco en policromía 24 páginas; refilado v grapado	Si aplica	Por definir
93		BANNER DIGITAL CABECERA WEB DE 920px POR 70px	Unidad por 15 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de escritorio y de móvil Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
94		BANNER DIGITAL CABECERA WEB DE 920px POR 70px	Unidad por 30 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de escritorio y de móvil Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
95		BANNER DIGITAL INTERIOR WEB DE 720px POR 70px	Unidad por 15 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de escritorio y de móvil Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
96		BANNER DIGITAL INTERIOR WEB DE 720px POR 70px	Unidad por 30 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de escritorio y de móvil Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
97		VENTANA EMERGENTE PANTALLA COMPLETA RESPONSIVE	Unidad por 15 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de móvil Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
98		VENTANA EMERGENTE PANTALLA COMPLETA RESPONSIVE	Unidad por 30 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de móvil Alcance Local (Municipio/ Departamento)	No aplica	Por definir
99		BANNER DIGITAL CABECERA WEB DE 920px POR 70px	Unidad por 15 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de escritorio y de móvil Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir
100		BANNER DIGITAL CABECERA WEB DE 920px POR 70px	Unidad por 30 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de escritorio y de móvil Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir
101		BANNER DIGITAL INTERIOR WEB DE 720px POR 70px	Unidad por 15 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de escritorio y de móvil Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir
102		BANNER DIGITAL INTERIOR WEB DE 720px POR 70px	Unidad por 30 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de escritorio y de móvil Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir
103		VENTANA EMERGENTE PANTALLA COMPLETA RESPONSIVE	Unidad por 15 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de móvil Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir
104		VENTANA EMERGENTE PANTALLA COMPLETA RESPONSIVE	Unidad por 30 días - Estático	No aplica	Pieza gráfica informativa en pantalla de móvil Alcance Nacional (Todo el país)	No aplica	Por definir
MEDIOS DIGITALES -TIC		Skyscraper sobre cabezote (120x600, 160x600 Pixeles) o asimilado					
		Skyscraper parte baja					
		Artículo en el home page publrreportaje o asimilado texto page más imágenes					
		Artículo texto sección interna					
		Link de descarga					
		Video 30 min estático (desde linkeado externo)					
		Producción y emisión audiovisual de 30 min en vivo					
		Chat en línea (texto)					
		Producción video HD 30 min sin material (guión, investigación, edición, formateo, alojamiento)					
		Producción video HD 30 min con material listo, alojamiento y publicación *					
		Producción multimedia 3D 5 min.					
		Envío masivo correos 5000 (valor base)					
		Envío masivo correos 10.000 (valor base)					
		Envío masivo correos 25.000 (valor base)					
		Envío masivo correos desde más de 30.000 (valor base)					
		Envío masivos correos desde más de 50.000 (valor base)					
		Alojamiento FTP					

	Construcción web estándar
	Construcción Web personal
	Programación streaming básico
MEDIOS AUDIOVISUALES	Emisión comercial de 15 segundos
	Emisión comercial de 20 segundos
	Emisión comercial de 30 segundos
	Emisión spot de 20 segundos
	Emisión spot de 30 segundos
	Emisión de 1 minuto
	Emisión de 10 minutos
	Emisión de 30 minutos
	Emisión de 1 hora
	Producción de 30 minutos en vivo
	PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y DE CONTENIDOS
Cubrimiento periodístico en territorio por 4 horas realización de artículo v 3 fotos	
Cubrimiento periodístico en territorio por un día (8 horas) realización de artículo v 12 fotografías	
Cubrimiento periodístico en territorio por 2 días (16 horas) realización de artículos v 12 fotografías	
Cubrimiento periodístico en territorio por 3 días (16 horas), realización de 2 artículos v 24 fotografías	
video nativo mediante drone full HD, 15 minutos	
video nativo mediante drone full HD, 30 minutos	
video nativo mediante drone full HD, Una hora	
Video mediante drone 4k, 15 minutos	
Video nativo mediante drone 4k, 30 minutos	
Video nativo mediante drone 4k, Una hora	
Producción de contenido sonoro media hora - tipo entrevista	
Producción de contenido sonoro Una hora - tipo entrevista	
Producción de contenido sonoro media hora- cronica y musicalización	
Producción de contenido sonoro, Una hora, tipo crónica y musicalización	
Producción de contenido audiovisual media hora - tipo entrevista	
Producción de contenido audiovisual Una hora - tipo entrevista	
Producción de contenido audiovisual media hora- cronica y musicalización	
Producción de contenido audiovisual Una hora, tipo crónica y musicalización	
presentador o presenttadora de eventos dos horas	
presentador o presenttadora de eventos cuatro horas	
presentador o presentadora de eventos 8 horas	
presentador o presenttadora de eventos 12 horas	
REDES SOCIALES Y SOCIAL MEDIA	Producción y publicación de Video Vertical (Reels / TikTok). Duración máx 60 seg. Incluye edición, música en tendencia y copy.
	Paquete de Historias (Stories) Secuenciales. Bloque de 3 historias con hilo narrativo y etiqueta a cuenta del cliente.
	Post Carrusel Informativo. Diseño gráfico y publicación de 5 a 7 láminas deslizables para explicar un tema o campaña.
	Transmisión Cruzada (Cross-Posting). Compartir la señal en vivo de la entidad/cliente en el Fanpage del medio.
	Podcast de Marca (Branded Podcast). Producción de episodio de 15 a 20 minutos. Entrevista a profundidad o crónica pregrabada.

NUEVOS FORMATOS SONOROS	Difusión vía WhatsApp. Envío de cápsula de audio o imagen a listas de difusión verificadas del medio comunitario.	Unidad por envío masivo	A convenir	Número de suscriptores en listas de difusión del medio	Captura de pantalla del envío realizado			
EXPERIENCIAS Y BTL	Conversatorio / Foro Barrial. Organización logística, moderación y convocatoria para evento presencial de hasta 2 horas.	Unidad por evento	A convenir	Aforo presencial + Alcance streaming (híbrido)	Registro de asistencia, fotos y video memoria			
	Toma de Barrio (Activación). Instalación de punto de información, sonido básico y animador por 3 horas en espacio público.	Unidad por jornada	A convenir	Tráfico de personas en el punto físico	Registro fotográfico y planillas de interacción			
PERIODISMO GRÁFICO	Infografía Digital de Alto Impacto. Diseño de pieza explicativa compleja (cifras, mapas, rutas de atención) para web y redes.	Unidad (Pieza gráfica)	No aplica	Publicación en web y redes sociales del medio	Archivo en alta calidad (PDF/PNG) y editable si se requiere			
NUEVOS FORMATOS AUDIOVISUALES	Producción de Video Podcast (Vodcast) Multicámara. Grabación de programa de radio/conversación con 2 o 3 cámaras, iluminación de estudio y micrófonos profesionales.	Unidad por episodio (Hasta 60 min)	A convenir (Falso en vivo o Pregrabado)	Alcance Global (YouTube / Spotify Video)	Entrega de archivo .MP4 Full HD editado y crudo de audio .WAV			
	Cápsula Documental / Filminuto. Pieza audiovisual de alto valor estético (tipo cine) de 60 a 90 segundos, enfocada en contar una historia humana (storytelling) y no institucional.	Unidad por video	Prime Time Digital	Alcance Nacional (Todo el país)	Video 4K, colorización profesional y subtítulo para redes			
	Video Explicativo Animado (Motion Graphics). Animación 2D con gráficas en movimiento, locución en off y guion pedagógico para explicar trámites, políticas o cifras.	Unidad por minuto de animación	No aplica	Alcance Nacional (Todo el país)	Guion, Storyboard aprobado y Video final .MP4			
	Streaming Multi-Plataforma (Simulcast). Transmisión en vivo simultánea por Facebook, YouTube y X (Twitter) con generador de caracteres (títulos) y mezcla de video en vivo.	Unidad por evento (Hasta 2 horas)	En vivo (Tiempo Real)	Suma de audiencias de todas las plataformas	Grabación del evento en Full HD entregada inmediatamente al finalizar			
	Video Vertical Pro (No celular). Producción de video formato 9:16 realizado con cámaras de cine/mirrorless profesionales, iluminación y audio externo, editado para Reels/TikTok.	Paquete de 3 videos	A convenir	Alcance según algoritmo de redes	Archivos optimizados para móvil con música libre de derechos			
	Cubrimiento "Real Time" (Minuto a Minuto). Producción y edición in-situ (en el lugar) para entregar videos resumen listos para publicar durante el mismo evento, no días después.	Jornada de 4 u 8 horas	Tiempo Real	Alcance inmediato	Entrega de 3 a 5 clips de video durante el transcurso del evento vía nube			
PRODUCCIÓN CON IA GENERATIVA	Presentador Virtual (Avatar AI) para Boletines. Creación de video con presentador sintético fotorrealista para noticias flash o comunicados urgentes (sin necesidad de set ni cámaras).	Unidad por minuto de video	On Demand (Entrega Rápida)	Alcance Digital (Web y Redes)	Entrega de video .MP4 Full HD generado desde texto (Text-to-Video)			
	Clonación de Voz / Locución Sintética. Narración de textos largos o audiolibros con voces neuronales ultra-realistas (diferentes acentos o clonación de voz institucional).	Unidad por minuto de audio	No aplica	Uso en podcast, video o perifoneo	Archivo de audio .WAV o .MP3 de alta fidelidad			
POST-PRODUCCIÓN ASISTIDA POR IA	Restauración de Audio Forense. Limpieza profunda de entrevistas con mucho ruido ambiente, viento o grabaciones de celular defectuosas usando algoritmos de aislamiento de voz.	Unidad por minuto restaurado	No aplica	Ideal para material de denuncia o archivo histórico	Comparativa Audio Original vs. Audio Restaurado			
	Reciclaje de Contenido (Content Repurposing). Uso de IA para extraer automáticamente los 3 o 4 momentos más virales de una entrevista larga y convertirlos en Reels verticales con subtítulos.	Paquete por entrevista procesada	Prime Time Digital	Alcance en Redes Sociales (TikTok/Reels)	Entrega de 3 a 5 clips verticales subtítulos listos para publicar			
DISEÑO Y ARTE GENERATIVO	Ilustración Conceptual Personalizada. Creación de imágenes originales (no stock) generadas por IA para portadas de artículos, carteles de eventos o metáforas visuales complejas.	Unidad por imagen	No aplica	Web e Impresos	Archivo .PNG o .JPG en alta resolución (Upscaled)			
ACCESIBILIDAD E IDIOMAS	Doblaje Automático Multilingüe (AI Dubbing). Traducción y re-doblaje de un video original en español a inglés, francés o portugués manteniendo el tono de voz original del hablante.	Unidad por minuto de video	No aplica	Alcance Internacional o Turístico	Video con la pista de audio traducida y sincronizada (Lip-sync)			
ASISTENCIA WEB	Chatbot de Atención Ciudadana (Entrenado). Implementación de un asistente de chat en la web del medio, entrenado con la información de la entidad cliente para responder preguntas frecuentes 24/7.	Suscripción mensual (SaaS)	24 horas / 7 días	Atención al usuario web	Reporte mensual de conversaciones y preguntas frecuentes			
TRANSMISIÓN EN VIVO / STREAMING	Streaming Básico (Monocámara) para Ruedas de Prensa. Transmisión a 1 cámara fija, audio directo de consola y logos en pantalla (marca de agua). Ideal para declaraciones o eventos sencillos.	Evento hasta 2 horas	En vivo (Tiempo Real)	Redes Sociales del Medio o del Cliente	Enlace de transmisión y archivo MP4 al finalizar			
	Producción de Streaming TV (Multicámara). Circuito cerrado de 2 o 3 cámaras, mezclador de video (Switcher), inserción de videos pregrabados, diapositivas y titulado (GC) profesional.	Evento hasta 4 horas	En vivo (Tiempo Real)	Facebook Live / YouTube / X	Grabación Full HD (Master) y transmisión simultánea			
	Streaming Híbrido (Bidireccional). Integración de ponentes presenciales con invitados remotos (vía Zoom/Teams/Meet) proyectados en pantallas del auditorio y transmitidos al vivo con mezcla de audio diferenciada	Unidad por Evento	En vivo (Tiempo Real)	Alcance Presencial + Digital	Gestión técnica de la sala virtual y la física simultáneamente			
	Streaming Vertical Pro (IG / TikTok Live). Transmisión diseñada nativamente en formato vertical (9:16) usando cámaras profesionales (no celulares) conectadas a codificador para Instagram Live o TikTok	Unidad por hora	Prime Time Digital	Instagram o TikTok	Archivo vertical de alta calidad post-evento			
	Retransmisión a Múltiples Destinos (Restream). Servicio de servidor para enviar la misma señal a 3 o más páginas de Facebook y canales de YouTube simultáneamente (ej. Página del medio + Página de la	Unidad por evento	En vivo (Tiempo Real)	Suma de todas las fanpages vinculadas	Reporte consolidado de métricas de todas las plataformas			
	Servicio de Conectividad Portátil (Bonding). Alquiler de equipos de "mochila" que suman señales de 3 o 4 operadores celulares (4G/5G) para garantizar internet estable en transmisiones desde parques o calles sin red fija.	Unidad por jornada	No aplica	Garantía de estabilidad de señal	Soporte técnico en sitio			
	Alojamiento en Landing Page Privada. Creación de una página web temporal (micrositio) con el reproductor de video incrustado, chat moderado y registro de asistencia, sin depender de redes sociales públicas.	Unidad por evento	En vivo (Tiempo Real)	Acceso restringido o con registro	Base de datos de los inscritos y asistentes			
	Streaming de Audio (Radio Remota). Transmisión de señal de audio de alta fidelidad desde exteriores para enlazar con la emisora base (Estudio) o para radio online exclusiva.	Unidad por jornada	En vivo (Tiempo Real)	Audiencia de la emisora	Enlace IP o Codec de audio			
	Mug / Pociño Personalizado. Cerámica blanca de 11oz con diseño full color de la entidad o campaña.	Unidad (Pedido Mínimo 12)	No aplica	Sublimación de alta calidad (Resistente microondas)	Entrega 5 a 8 días hábiles tras aprobación de arte			

MERCHANDISING Y BRANDING Y KITS	Bolígrafos Institucionales Ecológicos. Bolígrafo cuerpo en cartón reciclado o bambú con clip de color y logo a una tinta.	Ciento (100 unidades)	No aplica	Tampografía (Tinta directa)	Requiere logo vectorizado. Entrega 5 días hábiles		
	Libretas / Agendas Corporativas. Cuaderno tipo Moleskine o argollado, tapa dura con logo repujado o impreso. Ideal para eventos académicos.	Unidad (Pedido Mínimo 20)	No aplica	Screen o Laser (Según material)	Entrega 8 a 10 días hábiles		
	Camisetas Promocionales (T-Shirts). Algodón 180gr o Poliéster (deportiva). Estampado frontal (pecho) y posterior (espalda).	Docena (12 unidades)	No aplica	Estampado DTF (Full Color) o Screen (Tintas planas)	Tallas surtidas (S, M, L, XL). Entrega 8 días hábiles		
	Gorras tipo Trucker o Béisbol. Gorra en dril o malla con logo bordado o estampado en frente.	Docena (12 unidades)	No aplica	Bordado 3D o Estampado Vinilo Textil	Entrega 8 a 10 días hábiles		
	Bolsas Ecológicas (Eco-Bags / Tote Bags). Bolsa en tela cambrel o lienzo (algodón crudo) con asas largas o material asimilado. Excelente para entregar kits en ferias.	Ciento (100 unidades)	No aplica	Screen a 1 o 2 tintas	Requiere logo vectorizado. Entrega 5 días hábiles		
	Botones Publicitarios (Pins). Botón metálico con alfiler, plastificado brillante. Diámetro 5.5 cm. Económico para campañas masivas.	Ciento (100 unidades)	No aplica	Impresión Digital Láser o asimilado	Entrega rápida (3 a 4 días hábiles)		
	Cintas para Carnet (Lanyards). Cinta de poliéster satinado de 2cm de ancho, impresa con logos repetidos y gancho metálico.	Ciento (100 unidades)	No aplica	Sublimación doble cara full color	Entrega 8 días hábiles		
	Kit de Prensa / Bienvenida Básico. Paquete empacado que incluye: 1 Bolsa ecológica + 1 Libreta + 1 Bolígrafo + 1 Botón.	Unidad (Por Kit armado)	No aplica	Incluye armado y empaque individual	Entrega listo para distribuir en el evento		

Anexo tecnico Areas territoriañles y Tiempos de e

Areas	Departamento
Municipal	Todos los Municipios
Departamental	Todos los Departamentos
Nacional	Todos los Departamentos, Ciudades y Municipios
Regiónal	
Altiplano	Bogotá D.C., Boyacá y Cundinamarca
Amazonia	Amazonas, Caquetá, Guainía, Guaviare, Putumayo y Vaupés
Antioquia	Antioquia
Caribe Central	Atlántico, Bolívar y Magdalena
Caribe Occidental	Córdoba y Sucre
Caribe Oriental	Cesar y La Guajira
Eje Cafetero	Caldas, Quindío y Risaralda
Orinoquia	Meta, Arauca, Casanare y Vichada
Pacífico Central	Valle del Cauca
Pacífico Norte	Chocó
Pacífico Sur	Cauca y Nariño
San Andrés y Providencia	Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina
Santanderes	Norte de Santander y Santander
Tolima y Huila	Huila y Tolima

Fuente: Colombia Compra Eficiente con información de Encuesta Nacional

Entrega		
Si la entrega es menos de tres sedes en la misma ciudad o municipio	Si la entrega es en tres sedes o más en la misma ciudad o municipio	Si la entrega es en tres o más sedes ubicadas en ciudades o municipios diferentes dentro de un mismo departamento
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
15 días calendario	15 días calendario	18 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario
7 días calendario	10 días calendario	15 días calendario

Región	Departamentos	Porcentaje Máximo
Altiplano	Bogotá D.C., Boyacá y Cundinamarca	0.197
Amazonía	Amazonas, Caquetá, Guainía, Guaviare, Putumayo y Vaupés	0.196
Antioquia	Antioquia	0.199
Caribe Central	Atlántico, Bolívar y Magdalena	0.177
Caribe Occidental	Córdoba y Sucre	0.095
Caribe Oriental	Cesar y La Guajira	0.075
Eje Cafetero	Caldas, Quindío y Risaralda	0.269
Orinoquia	Meta, Arauca, Casanare y Vichada	0.294
Pacífico Central	Valle del Cauca	0.139
Pacífico Norte	Chocó	0.164
Pacífico Sur	Cauca y Nariño	0.197
San Andrés y Providencia	Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	0.302
Santanderes	Norte de Santander y Santander	0.095
Tolima y Huila	Huila y Tolima	0.3

Fuente: Colombia Compra Eficiente con información de Encuesta Nacional Logística 2024