ANÁLISIS DEL SECTOR

OBJETO	Adquisición de suscripción al plan digital del PERIÓDICO VANGUARDIA para la Dirección Nacional de Inteligencia.

El análisis del sector debe cubrir las siguientes áreas:

A. Aspectos Generales
B. Existencia de un acuerdo marco de precios o instrumentos de agregación de demanda que satisfagan la necesidad de la entidad
C. Comportamiento del Gasto Histórico
D. Estudio de la Oferta
E. Estudio de Mercado
F. Anexos

Este análisis debe desarrollarse conforme a las indicaciones que contiene este documento y la guía para la elaboración de estudios del sector expedida por Colombia Compra Eficiente.

A. ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR

El sector terciario en Colombia, engloba actividades de servicios, desempeñando un papel fundamental en el desarrollo económico del país, y es el sector que involucra la actividad económica del objeto del presente proceso. Involucrando todas las actividades económicas que no producen bienes materiales, sino que se enfoca en proveer servicios por medio de empresas dedicadas satisfacer las necesidades a de las entidades, siendo las empresas más desarrolladas y uno de los sectores que más fuentes de empleo genera en la economía colombiana.

De igual forma el sector viene diversificándose y ha adquirido nuevas tendencias que han apoyado, integrado y acelerado el desarrollo económico por medio del suministro y mantenimiento de equipos de los sectores productivos, químicos, manufacturero, industriales y servicios etc.

Los servicios en general evolucionan como respuesta a las necesidades de apoyo que tiene toda organización humana, sea pública, privada o social en el desarrollo de las actividades que posibilitan el logro de su misión institucional. Permitiendo que el mercado de suministros sea un sector amplio y suficiente, y las empresas debidamente constituidas tienen la capacidad instalada, mano de obra técnica y tecnología para brindar el suministro de medios de comunicación que requiere la Entidad.

De esta manera, el presente proceso se encuentra enmarcado dentro del sector terciario de la economía y el subsector de la producción de comercio, las comunicaciones.

- **Económico:** Las empresas del sector terciario o del sector de servicios se encuentran orientados a satisfacer las necesidades de la población, para ello se encuentran subsectores como el comercio, las comunicaciones, la cultura, las finanzas, entre otros. Para efecto, del análisis del proceso a ser contratado, es de resaltar que los medios de comunicación se componen de subcategorías tales como televisión, radio, prensa y revistas, así mismo, es de considerar que, para Colombia, esta industria es un actor crítico en la sociedad, ya que los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la formación de agendas políticas y en el discurso público.

  De acuerdo con lo anterior y consultando sobre la distribución del Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia en el segundo semestre del 2025, el sector terciario, que incluye los servicios objeto de este estudio, sigue siendo uno de los pilares de la economía nacional. Para 2025, se espera que la economía colombiana mantenga una alta dependencia de este sector.

  En el Boletín técnico del PIB correspondiente al segundo trimestre de 2025, publicado por el DANE, se destaca que el segmento de información y comunicaciones registró un crecimiento anual del 3,0%, lo que refleja una recuperación frente a las variaciones negativas observadas en 2024. Así mismo, el comportamiento en lo corrido del año alcanzó un 1,8%, mientras que en la comparación trimestral con el primer trimestre de 2025 el crecimiento fue del 2,3%. Estos resultados muestran que el sector viene consolidando un mejor desempeño, aportando de manera positiva al conjunto de los servicios y a la dinámica económica del país, como se evidencia en la siguiente tabla:

DANE

Boletín técnico
Producto Interno Bruto Trimestral (PIB_T)
II trimestre de 2025pr

Tabla 8. Información y comunicaciones
Tasas de crecimiento en volumen[1]
Segundo trimestre 2025pr

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2025pr-II / 2024pr-II	2025pr/ 2024pr	2025pr-II / 2025pr-I
Información y comunicaciones	**3,0**	**1,8**	**2,3**

Fuente: DANE, PIB_T
[Pr] preliminar
[1] Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015.

Por otra parte, los medios de comunicación en Colombia han ejercido un impacto económico notable, especialmente a través de la inversión publicitaria digital y el consumo creciente de publicaciones en línea:

- **Inversión publicitaria en medios**

  En 2024, la publicidad digital fue el canal dominante en el país, con una inversión de más de $2,8 billones COP, lo que significó un crecimiento del 6,1 % respecto al año anterior[1], En el segundo trimestre de ese año, esta inversión alcanzó los $722 357 millones COP, aumentando un 4,1 % interanual. Los formatos de video (29 %) y redes sociales (27 %) fueron los principales beneficiarios dentro del gasto digital[2].

- **Consumo de revistas digitales**

  Aunque no hay datos estadísticos específicos sobre el porcentaje de lectores de revistas digitales en Colombia, los informes globales —como el de PwC— proyectan una caída sostenida de los ingresos por medios impresos (CAGR del –2,9 % para periódicos y –6,0 % para publicidad impresa entre 2021-2026), lo que indica un desplazamiento hacia formatos digitales[3].

Estos hallazgos evidencian que la inversión publicitaria se está redirigiendo hacia canales digitales, lo que favorece segmentos como las revistas digitales, y revela una transformación en los hábitos de consumo de medios en Colombia

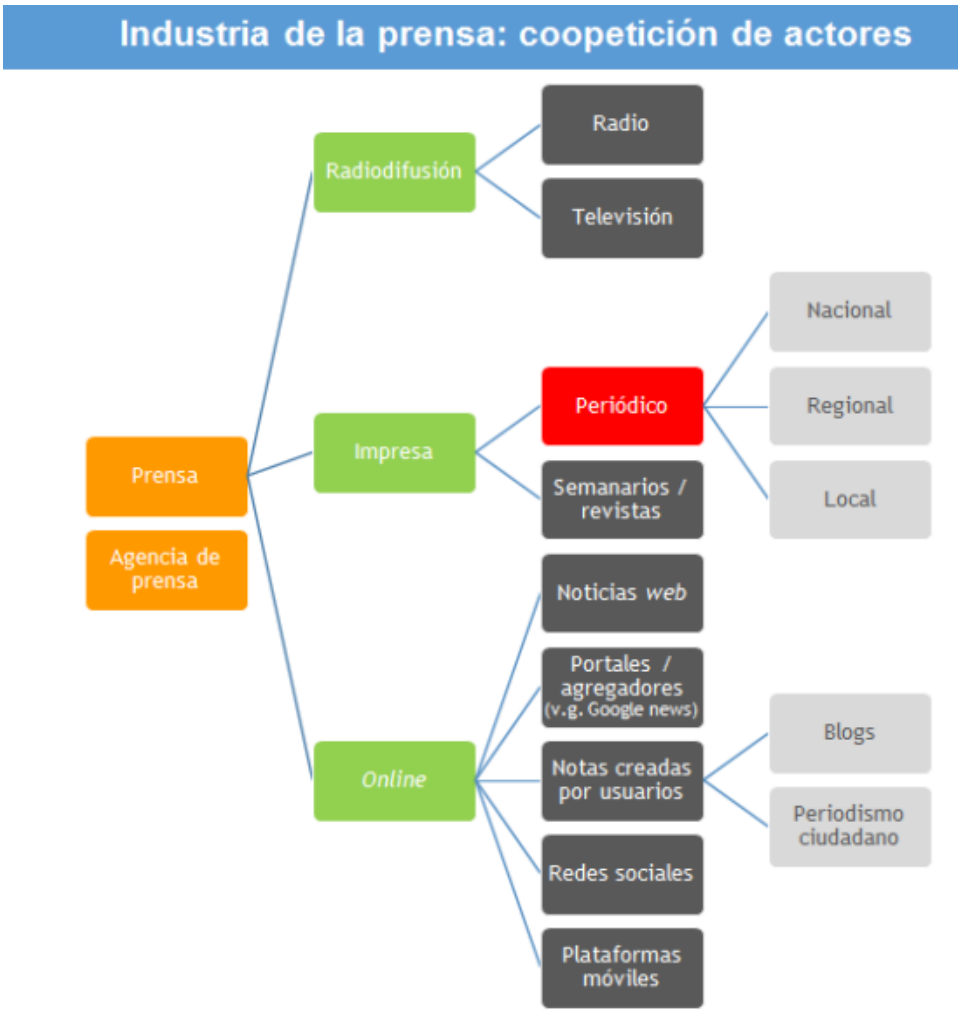
Finalmente, la cadena de producción y distribución de los medios de comunicación contiene varios actores dentro de los cuales se generan internamente etapas tales como la generación de ideas, la investigación, la presentación, generación de informes, redacción, edición, verificación de datos, revisión, diseño, publicación y por último la distribución y participación.

Asociado a lo anterior, a continuación, se refleja de manera comprimida la industria de la prensa:

1 Consulta realizada el 14/08/2025 https://economistacolombia.com/empresarial/mas-de-28-billones-fueron-invertidos-en-publicidad-digital-en-colombia-durante-el-2024

2 Consulta realizada el 14/08/2025 https://www.iabcolombia.com/noticias/inversion-publicitaria-digital-en-colombia-supera-los-700-000-millones-en-el-segundo-trimestre-del-2024/

3 Consulta realizada el 14/08/2025 https://www.pwc.com/co/es/publicaciones/GEMO.html?utm#content-free-1-b915

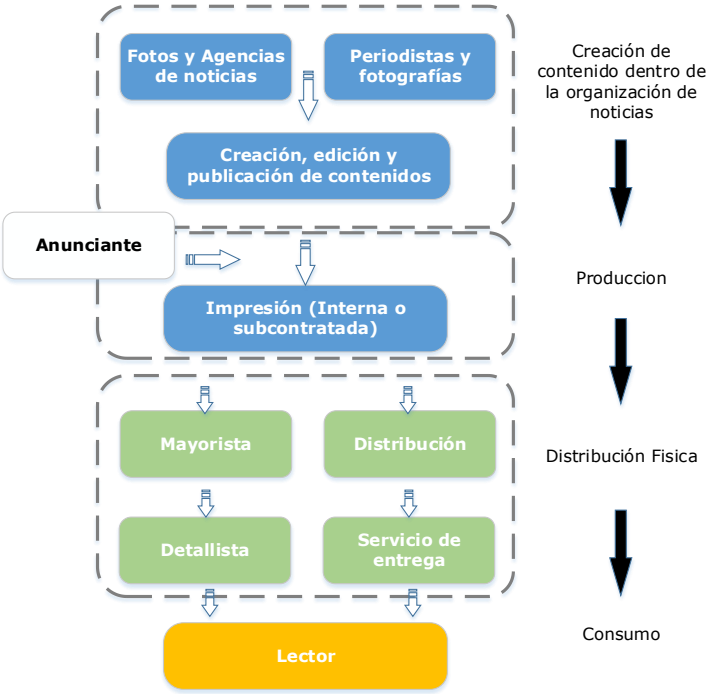


Fuente:The Newspaper Publishing Industry (2012)

De conformidad con la gráfica anterior, es preciso indicar que, los avances tecnológicos han impactado la industria de la prensa, generando acciones y medidas para reinventarse o adaptarse a los cambios en la sociedad con nuevos tipos de proceso y modelos de ingresos. Estos cambios, a través de la consulta del libro "The Newspaper Publishing Industry", de Andra Leurdijk, Mijke Slot y Ottilie Nieuwenhuis (2012) se pueden evidenciar los siguientes cuadros conceptuales de la cadena de valor planteados por el autor[4].

4 Consulta hecha el 16/08/2025 https://www.ecosistemadigital.pe/2016/12/05/industria-del-periodico-de-la-cadena-de-valor-tradicional-a-la-digital/

Cadena de valor tradicional

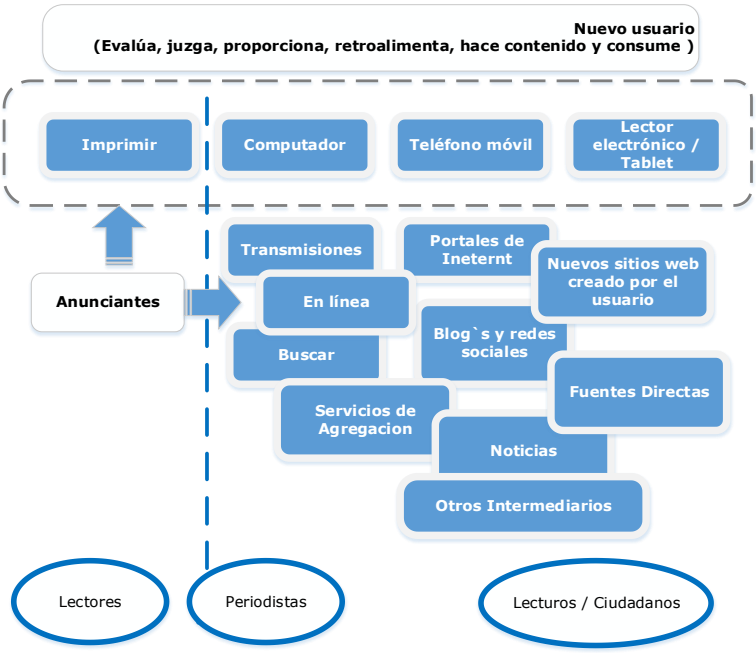


Tal y como se puede observar en la gráfica, la industria del periódico tradicional cuenta con los siguientes bloques en su cadena de valor:

a. Creación de contenidos: la cual tenía un ciclo de 24 horas.
b. Agregación: consiste en el empaquetamiento de diferentes categorías, en diferentes formatos y secciones.
c. Producción: consiste en la impresión (in-house o terzerizado).
d. Distribución: mayorista o directa.
e. Consumo: por suscripción, compras en quioscos, o gratis.

Fuente: The Newspaper Publishing Industry (2012)

Cadena de valor digital



Fuente: The Newspaper Publishing Industry (2012)

La cadena digital puede conceptualizarse en tres grandes etapas clave:

- **Creación y producción de contenidos**
- **Agregación y distribución**
- **Consumo**.

A diferencia del modelo tradicional, este esquema conserva el factor humano y elementos del ecosistema mediático impreso, como los periódicos, mientras incorpora nuevas estructuras digitales: blogs, redes sociales, inversión en infraestructura tecnológica (como servidores y redes), y tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial.

Además, el consumo se realiza de manera multiplataforma, principalmente mediante dispositivos como celulares, computadores y smart TVs.

En el marco del análisis de la cadena digital y su impacto en los medios de comunicación, resulta pertinente revisar cómo los hábitos de consumo de contenidos digitales han evolucionado en Colombia y en la región. Estos cambios reflejan la transición de un modelo tradicional hacia un ecosistema donde convergen la creación de contenidos, la distribución multiplataforma y el consumo en diversos dispositivos. A continuación, se presentan algunos hallazgos relevantes que sustentan esta transformación:

Aspecto	Descripción de la transformación
Crecimiento del consumo digital	Entre 2013 y 2017 el consumo de información en plataformas digitales en Colombia aumentó en un **70%** (de 3,8 a 6,6 millones de usuarios).[5]
Preferencia por plataformas OTT (Over The Top son servicios que ofrecen contenido audiovisual (video, audio o ambos) a través de internet)	En 2022, los hogares colombianos consumieron más contenido en **Netflix (28%)** y **YouTube (17%)** que en medios tradicionales. El 77% de la inversión publicitaria fue digital.[6]
Acceso multiplataforma	El **94%** de los usuarios en América Latina accede a internet desde **móviles**, el 68% desde notebooks y el 48% desde computadores de escritorio. Video: YouTube (85%), Netflix (54%).[7]
Actitudes frente al consumo digital	En 2024, el **28%** de los suscriptores digitales manifestó inconformidad por la **excesiva publicidad**, frente al 19% en 2023.[8]

En conclusión, la evidencia recopilada muestra que la digitalización no solo ha reconfigurado la cadena de valor de los medios de comunicación, sino que también ha transformado las dinámicas de consumo y la forma en que las audiencias interactúan con los contenidos. El crecimiento sostenido de la publicidad digital, la consolidación de plataformas OTT y la preferencia por el

5 Consulta hecha el 18/08/2025 https://www.bbva.com/es/innovacion/el-consumo-de-informacion-a-traves-de-plataformas-digitales-crece-un-70-en-colombia

6 Consulta hecha el 18/08/2025 https://www.crcom.gov.co/es/noticias/comunicado-prensa/como-consumen-hogares-y-las-empresas-en-colombia-servicios-tradicionales

7 Consulta hecha el 18/08/2025 https://www.eltiempo.com/mundo/mas-regiones/consumidores-digitales-como-la-pandemia-impacto-en-nuestros-habitos-729516

8 Consulta hecha el 18/08/2025 https://ami.org.co/investigacion-las-actitudes-de-los-consumidores-de-contenido-digital

acceso móvil confirman que el sector de medios en Colombia se encuentra en un proceso de adaptación acelerada hacia lo digital. Estos cambios representan tanto un desafío para los modelos tradicionales como una oportunidad para innovar en la generación, distribución y monetización de contenidos, asegurando así la sostenibilidad del sector en el mediano y largo plazo.

Ahora bien, respecto de los ingresos de los medios de comunicación en Colombia en el año 2024[9]:



Según la fuente: "*Los más reconocidos medios de comunicación en Colombia tuvieron un 2024 apretado, que incluyó menores ingresos y mayores pérdidas, aunque algunos pocos mejoraron notablemente sus estados financieros frente al año previo. Así lo confirman los datos entregados a las cámaras de comercio y que fueron rastreados por Valora Analitik ahora que se cerró el plazo para renovar las matrículas mercantiles de este año.*

En general, las 21 compañías más representativas reportaron un incremento en sus ingresos (pasaron de $2,57 billones a $2,75 billones).

Lo anterior se dio gracias a siete de estas que tuvieron incrementos en su facturación. Sin embargo, las otras 13 reportaron caídas en este indicador, que

[9] https://es-us.finanzas.yahoo.com/noticias/medios-comunicaci%C3%B3n-colombia-ganaron-perdieron-130000533.html

mide el movimiento de sus negocios en televisión, radio, y prensa escrita y digital. (…)"

En cuanto a los medios de comunicación con mayor ingresos, "*como se observa en la gráfica anterior, Canal Uno tuvo una disparada de ganancias de 1.858 %, con lo cual llegó a $253.620 millones en 2024. Aunque esto lo hizo por otros ingresos y no por su operación en la televisión.*

El segundo lugar de mayores utilidades lo logró Caracol Televisión con $14.724 millones, aunque, vale decirlo, esto le representó una dura caída de 72,6 % frente a 2023.

El 'top' tres lo completó la Organización Radial Olímpica, con $8.515 millones; mientras que luego estuvieron Vanguardia Liberal con $619 millones, Bloomberg con $160 millones y Valora Analitik con $156 millones, respectivamente."

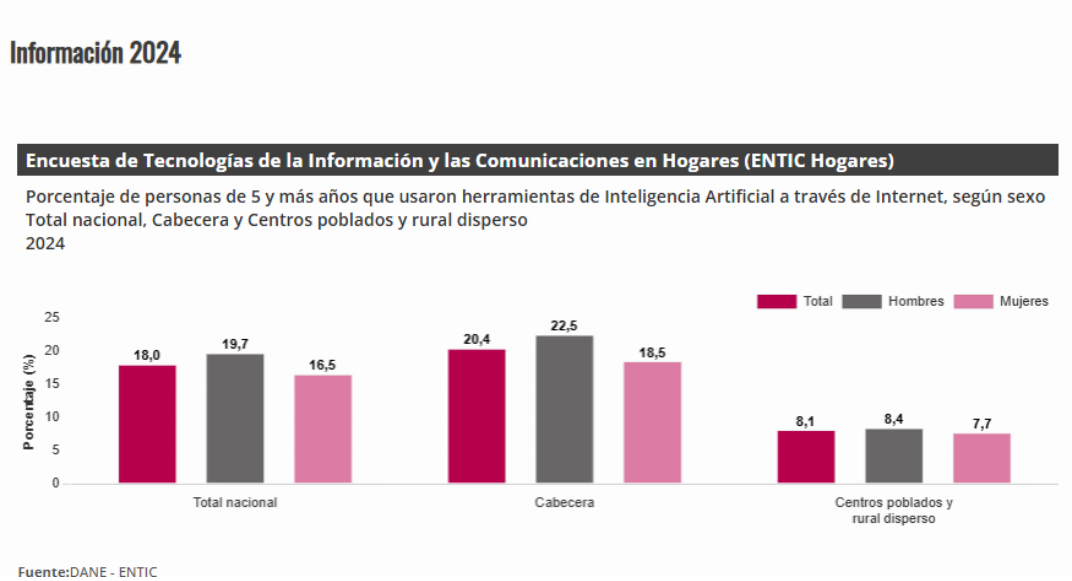
- **Técnico:**

La sociedad colombiana dispone de medios de información, ya sean impresos o audiovisuales, accesibles a todos los ciudadanos para consultar hechos y novedades diarias. Entre los canales más populares se encuentran la prensa, la radio, la televisión y la Internet, todos los cuales requieren sofisticación técnica, gestión administrativa y considerables inversiones económicas. Estas solo son sostenibles en contextos donde existen fuentes de financiamiento, como la publicidad o el respaldo del Estado.

Asimismo, los avances tecnológicos del siglo XX, especialmente la adopción masiva de computadores personales y teléfonos móviles inteligentes (Android o Apple), junto con el acceso a Internet, han ampliado significativamente el alcance y la diversidad de fuentes de información disponibles.

En Colombia, el DANE realiza la Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Hogares (ENTIC Hogares) para medir indicadores especializados sobre acceso y uso de TIC en los hogares del país. Según el boletín técnico ENTIC Hogares del 1 de agosto de 2025, actualizado con datos de 2024, el 65,6 % de los hogares colombianos contaba con conexión a Internet

dane.gov.co



De manera complementaria, datos históricos del DANE indican que, en 2023, aproximadamente el 77,3 % de las personas de 5 años o más usaron Internet en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo, mientras que solo el 34 % de los hogares tenían computadora de escritorio, portátil o tableta[10]

Lo que permite deducir que los datos recientes del DANE evidencian que a partir de 2023–2024 ha ocurrido un notable avance en la digitalización de los hogares colombianos. Mientras dos de cada tres hogares ya están conectados a Internet y más del 77 % de las personas mayores de cinco años acceden a la red desde cualquier dispositivo, solo una tercera parte tiene acceso a un computador. Este contraste revela una creciente dependencia del acceso móvil y de dispositivos personales para acceder a información y servicios.

Estos hallazgos sugieren un entorno propicio para la expansión de plataformas digitales, pero también demandan políticas públicas orientadas a cerrar brechas de acceso a dispositivos y fortalecer la infraestructura digital, especialmente en áreas rurales o sectores menos favorecidos. Así, se puede avanzar hacia una sociedad más equitativa y digitalmente inclusiva.

En consecuencia, del avance tecnológico y de las nuevas tendencias de consulta de la población, el periodismo, los medios de comunicación, la industria y las grandes plataformas han girado en torno a la pauta publicitaria como principal fuente de sostenibilidad, lo que ha generado tensiones en su modelo económico.

De manera complementaria, los avances tecnológicos han transformado profundamente al periodismo, desde sus inicios con el término “periódico”,

10 Consulta hecha el 18/08/2025 https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-tic/encuesta-de-tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-en-hogares-entic-hogares

asociado a la periodicidad de las publicaciones impresas en el siglo XV, hasta la incorporación de la inteligencia artificial en las redacciones a partir de 2022. A lo largo de esta línea de tiempo, cada innovación ha marcado un cambio estructural en la práctica periodística:

- **Telégrafo y teletipos:** El telégrafo impulsó el periodismo del siglo XIX al permitir la transmisión de informaciones desde cualquier parte del mundo en lo que entonces se consideraba "tiempo real". Posteriormente, en 1914, la agencia Associated Press implementó en Nueva York máquinas automáticas de recepción de teletipos, acelerando aún más el flujo noticioso.
- **Fotografía:** Su incorporación fue un hito a finales del siglo XIX, cuando el *New York Daily Graphic* publicó el 4 de marzo de 1880 la primera fotografía impresa en un periódico. Desde ese momento, las imágenes se consolidaron como un pilar fundamental en la narración periodística.
- **Teléfono:** Desde su invención en 1876, el teléfono se convirtió en una herramienta indispensable para los periodistas, quienes, al presenciar un hecho noticioso, recurrían a cabinas telefónicas para dictar rápidamente la información a la redacción.
- **De los primeros móviles al smartphone:** Desde los primeros teléfonos satelitales en 1984 hasta los actuales smartphones, la inmediatez informativa se potenció al permitir la transmisión de textos, fotos, audios y videos en tiempo real.
- **Ordenadores, internet y ediciones digitales:** El periódico estadounidense *Daily Oklahoma* fue pionero en incorporar un ordenador en su redacción en 1963. Sin embargo, solo entre 1993 y 1995 surgieron los primeros periódicos digitales. Con el auge de internet, el proceso de transformación de los medios se aceleró radicalmente: lo que antes se editaba en horas debía ahora decidirse y publicarse en cuestión de minutos. Este salto abrió paso a la llamada **"redacción 3.0"**, caracterizada por la implementación de inteligencia artificial para automatizar tareas repetitivas, optimizar los procesos editoriales y ofrecer experiencias personalizadas a cada lector en las plataformas digitales.

En síntesis, el presente análisis técnico demuestra que la evolución del periodismo y los medios de comunicación hacia entornos digitales y plataformas OTT, soportada en los avances tecnológicos, ha generado transformaciones estructurales en la producción, distribución y consumo de contenidos.

Estos cambios inciden directamente en la forma en que los medios sostienen su operación, migrando de modelos tradicionales a esquemas digitales basados en publicidad segmentada, suscripciones y herramientas de inteligencia artificial. En este contexto, la contratación debe orientarse a soluciones que garanticen la sostenibilidad económica del servicio, la pertinencia tecnológica y la capacidad de adaptación frente a la dinámica del mercado, asegurando que los recursos públicos se destinen a proyectos alineados con las tendencias actuales y con impacto en la eficiencia, cobertura y calidad de la información

- **Regulatorio:**

  - Constitución Política de Colombia - artículo 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.
  - La Ley 51 de 1975, que regula la Actividad de Periodismo,
  - Decisión CAN 486 régimen de propiedad industrial.
  - LEY 23 DE 1982 - Sobre derechos de autor
  - LEY 29 DE 1944 - Por la cual se dictan disposiciones sobre prensa
  - LEY 586 DE 2000 - Por medio de la cual se instituye el día 13 de agosto de cada año como Día de la Libertad de Expresión.
  - LEY 1016 DE 2006 - por la cual se adoptan normas legales, con meros propósitos declarativos, para la protección laboral y social de la actividad periodística y de comunicación a fin de garantizar su libertad e independencia profesional.

  - Dentro del marco regulatorio, se encuentra que el servicio a contratar se encuentra exento de IVA en virtud de los artículos 478 y 481 del Estatuto Tributario.

    - *ARTICULO 478. LIBROS Y REVISTAS EXENTOS. Están exentos del impuesto sobre las ventas los libros y revistas de carácter científico y cultural, según calificación que hará el Gobierno Nacional.*
      (…)
    - *Artículo 481 del estatuto tributario - Para efectos del impuesto sobre las ventas, únicamente conservarán la calidad de bienes y servicios exentos con derecho a devolución bimestral: (…) f) Los impresos contemplados en el artículo 478 del Estatuto Tributario y los productores e importadores de cuadernos de tipo escolar de la subpartida 48.20.20.00.00 y los diarios y publicaciones periódicas, impresos incluso ilustrado o con publicidad de la partida arancelaria 49.02, así como los contenidos y las suscripciones de las ediciones digitales de los periódicos, las revistas y los libros;*

- **Otros:**

  No aplica.

B. EXISTENCIA DE UN ACUERDO MARCO DE PRECIOS O INSTRUMENTOS DE AGREGACIÓN DE DEMANDA QUE SATISFAGAN LA NECESIDAD DE LA ENTIDAD.

De conformidad con el artículo 2.2.1.2.1.2.7., del Decreto 1082 de 2015 se revisó la tienda virtual del Estado colombiano - Colombia Compra Eficiente sobre la existencia de algún acuerdo marco o instrumento de agregación de demanda

vigente con objeto igual o similar al presente proceso de contratación, y no se evidencia que exista acuerdo marco vigente.

C. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO

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

No. CONTRATO	MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	CONTRATISTA	OBJETO	VALOR
052-2023	27/09/2023	GALVIS RAMIREZ Y COMPAÑÍA S.A.	Adquisición de una (1) suscripción digita al periódico VANGUARDIA, de acuerdo con las Especificaciones Técnicas Mínimas de Obligatorio Cumplimiento establecidas en el Anexo No. 1.	$118.800
CO1 PCCNTR 6916316	18-10-2024	GALVIS RAMIREZ Y COMPAÑÍA S.A.	Adquisición de una (1) suscripción digita al periódico VANGUARDIA, de acuerdo con las Especificaciones Técnicas Mínimas de Obligatorio Cumplimiento establecidas en el Anexo No. 1.	$118.800

Referente al comportamiento y continuidad de suscripciones en la Entidad, se evidencia que vanguardia fue contratada por primer vez en año el 2023, continuando en el año 2024, con el fin de contar con las suscripciones a los medios de comunicación como fuente de información.

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

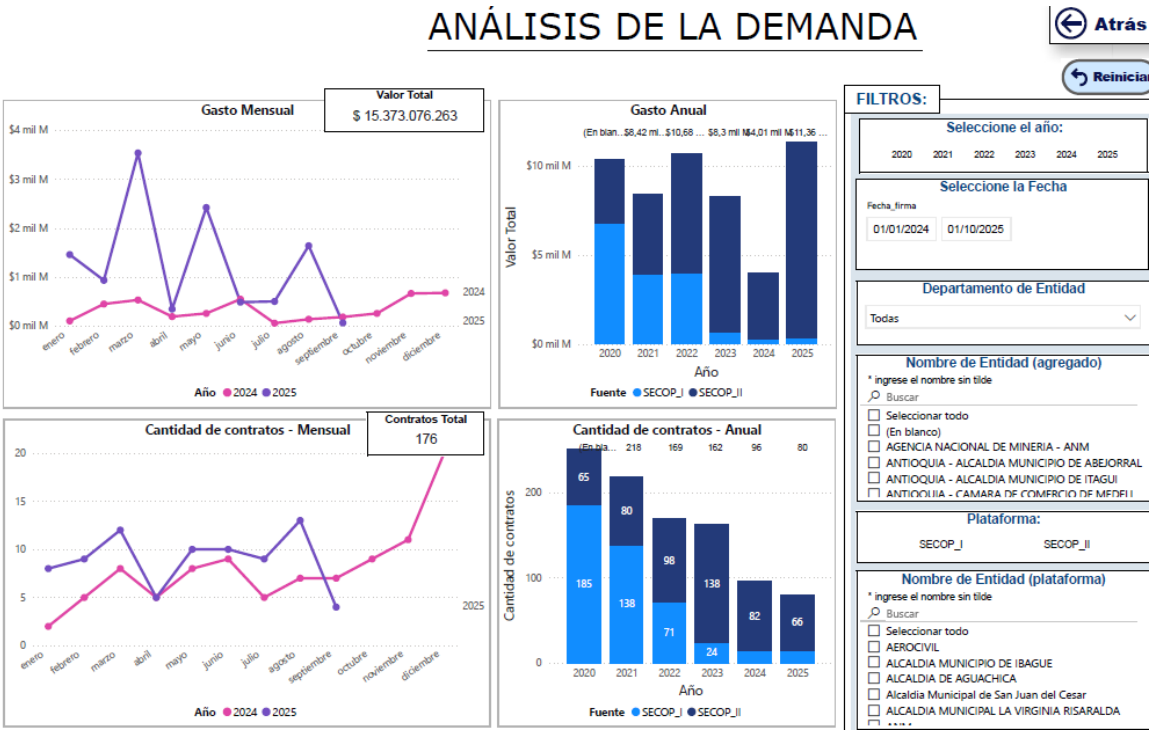
Las entidades a nivel nacional que han contratado servicios relacionados con el objeto del presente proceso de contratación y código UNSPSC 551115 consultados en la página www.colombiacompra.gov.co, son:

No. CONTRATO	ENTIDAD ECONTRATANTE	CONTRATISTA	OBJETO	VALOR
003-2019	FISCALIA GENERAL DE LA NACION	GALVIS RAMIREZ Y COMPAÑÍA S.A.	Renovación de dos (2) suscripciones al periódico VANGUARDIA LIBERAL	$617.000
FGN-RNO-0006-2021	FISCALIA GENERAL DE LA NACION	GALVIS RAMIREZ Y COMPAÑÍA S.A.	Suministra dos (2) ejemplares del periódico VANGUARDIA LIBERAL a la FISCALI GENERAL DE LA NACION seccionales Santander y Magdalena Medio	$620.600
FGN-RNO-0017-2023	FISCALIA GENERAL DE LA NACION	GALVIS RAMIREZ Y COMPAÑÍA S. A.	Suministra un 12) ejemplar del periódico VANGUARDIA LIBERAL a la FISCALI GENERAL DE LA NACION seccionales Santander	$330.000
052-2023	DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	GALVIS RAMIREZ Y COMPAÑÍA S. A.	Adquisición de una (1) suscripción digita al	$118.800

No. CONTRATO	ENTIDAD ECONTRATANTE	CONTRATISTA	OBJETO	VALOR
	DIRECCIÓN DE INTELIGENCIA		periódico VANGUARDIA, de acuerdo con las Especificaciones Técnicas Mínimas de Obligatorio Cumplimiento establecidas en el Anexo No. 1	
023 de 2024	DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DIRECCIÓN DE INTELIGENCIA	GALVIS RAMIREZ Y COMPAÑÍA S. A.	Adquisición de una (1) suscripción digita al periódico VANGUARDIA, de acuerdo con las Especificaciones Técnicas Mínimas de Obligatorio Cumplimiento establecidas en el Anexo No. 1	$118.000
CONTRATO FGN-RNO-0009-2025 FISCALÍA GENERAL DE LA NACIÓN REGIONAL NORORIENTAL [11]	08/04/2025	CONTRATACIÓN DIRECTA	SUMINISTRO DE UN (1) EJEMPLAR DEL PERIÓDICO VANGUARDIA IMPRESA Y DIGITAL A LA FISCALÍA GENERAL DE LA NACIÓN, SECCIONAL SANTANDER	$358.200

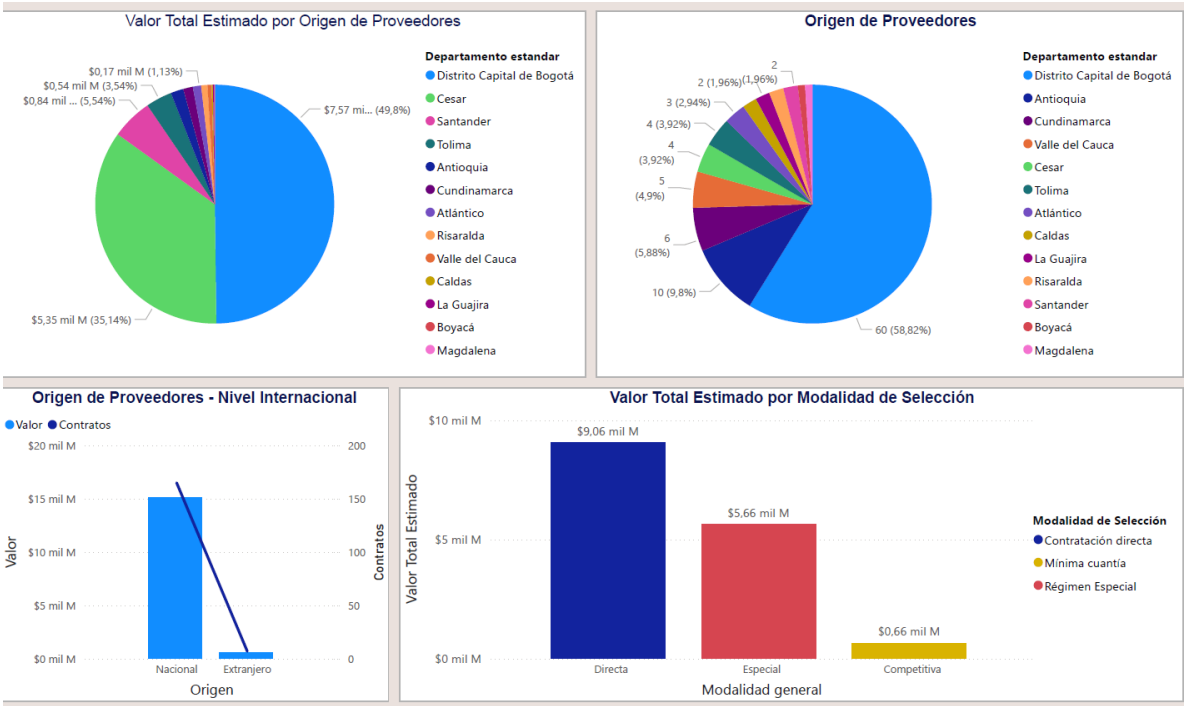
Así mismo, consultado la página web de Colombia Compra Eficiente, respecto del objeto contractual clasificado en el código 55111500 – Publicaciones impresas, Publicaciones Electrónicas y Accesorios y en un espacio de tiempo del 1 de enero del 2024 al mes de octubre del 2025, se verificó:

[11] https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticeManagement/Index?currentLanguage=es-CO&Page=login&Country=CO&SkinName=CCE (Recibo a Satisfacción Contrato FGN-RNO-0009-2025.pdf)



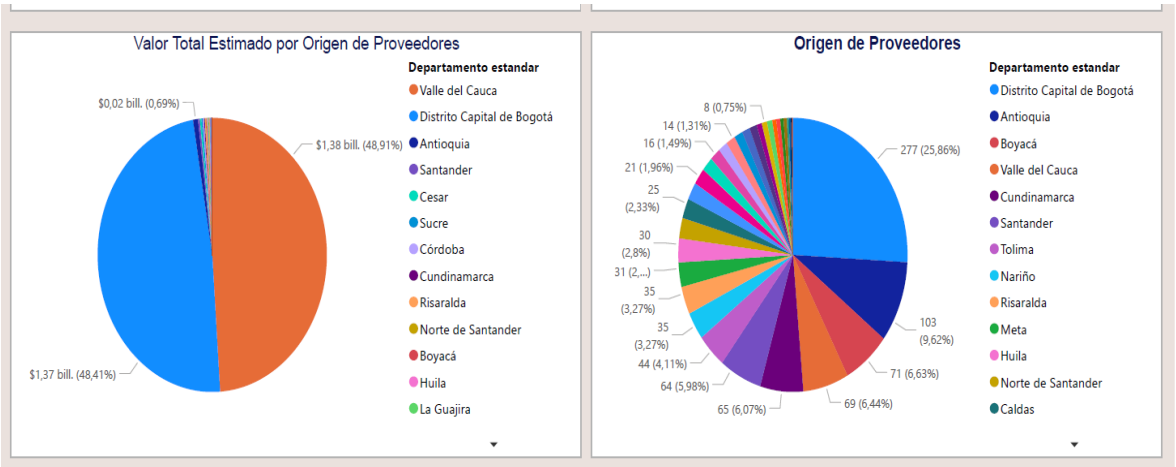
Fuente: Colombia Compra eficiente

El gasto total que generó para las entidades públicas la contratación de este servicio es por valor de $15.373.076.263, representado en 176 contratos. Los meses de marzo, mayo y agosto son los de mayor contratación, y se observa también que el gasto del año 2024 fue menos de la mitad del gasto de lo que lleva el año 2025.



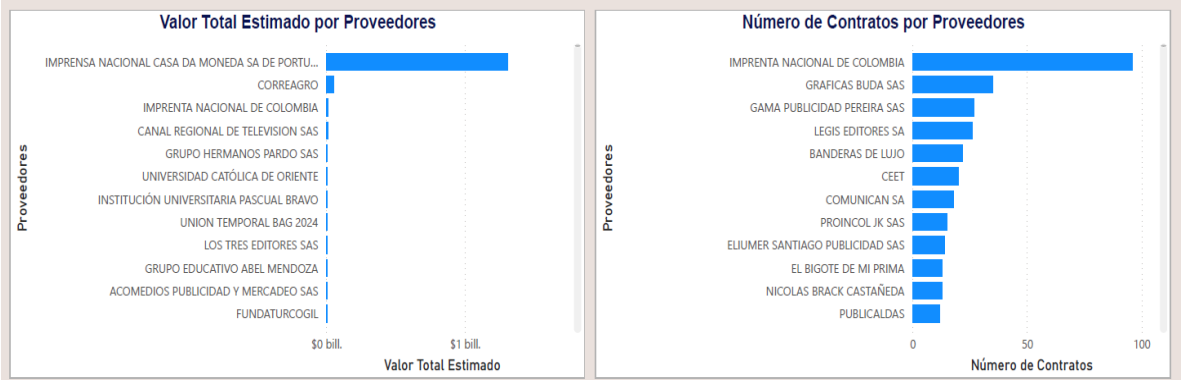
De lo anterior, se puede concluir que este tipo de contrataciones se llevan a cabo bajo la modalidad de contratación directa, atendiendo a la necesidad específica de acceder a la información y/o publicaciones de determinada revista o periódico, quienes, por regla general, tienen registrada su marca, convirtiéndolos en proveedor exclusivo, por ser quienes detentan la titularidad de los derechos de propiedad intelectual.

De igual manera, la demanda bajo el mismo código se identifica que la ciudad de origen de los proveedores que prestan este servicio es mayoritaria mente de la ciudad de Bogotá D.C, Antioquia, Boyacá y Valle del Cauca; sin embargo, respecto del valor del contrato por origen de proveedores, el Valle del Cauca es el Departamento con mayor valor, y luego Bogotá D.C, como se evidencia a continuación:



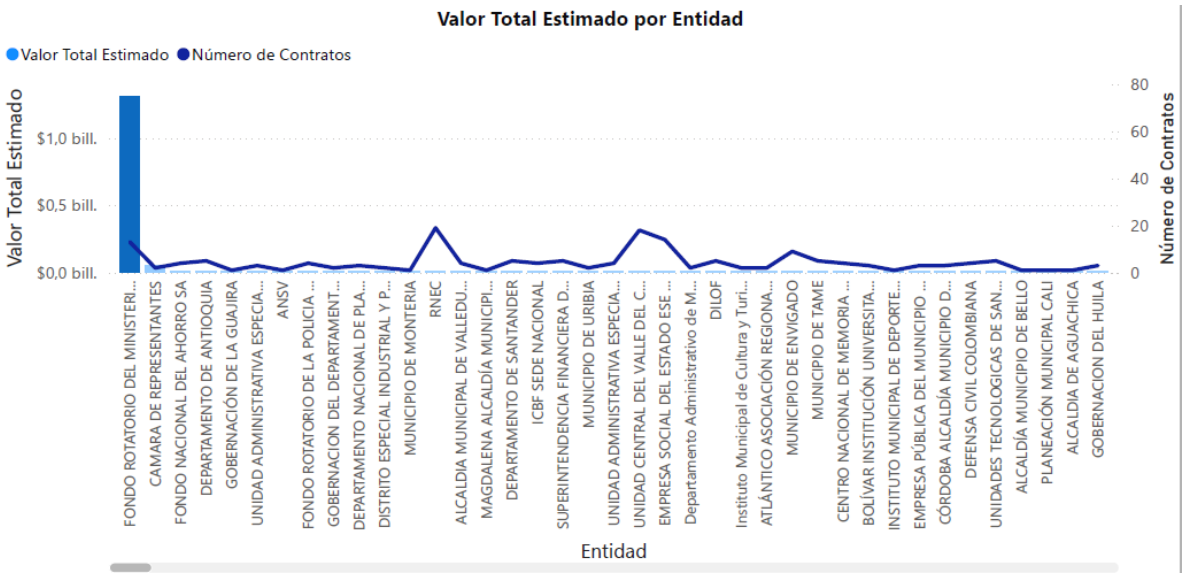
Fuente: Colombia Compra eficiente

Para finalizar, el análisis de la demanda que se manejan en el sector y dentro de la plataforma de Colombia Compra Eficiente, se agregan las dos últimas gráficas que contienen los proveedores con mayor demanda de acuerdo al Valor estimado por proveedores es la **Imprenta Nacional - Casa de la Moneda de Portugal**; sin embargo, si se tiene en cuenta el número de contratos celebrados la **Imprenta Nacional de Colombia** es el proveedor que más contratos ha celebrado con las Entidades del Estado.



Ahora bien, respecto de las entidad públicas que mayor gasto han realizado para la contratación de servicios clasificados UNSPSC 511115, se encuentran:

- Fondo Rotatorio del Ministerio de Relaciones Exteriores,
- Cámara de Representantes,
- Fondo Nacional del Ahorro SA
- Departamento de Antioquia
- Gobernación de la Guajira



A. ESTUDIO DE LA OFERTA

Debe contestar las siguientes preguntas:

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

Para entender la dinámica de producción, distribución o suministro del servicio que es la suscripción a revistas digitales, es preciso indicar que, en Colombia, este sector inicia con la imprenta del primer periódico que data del año 1785, mientras que la primera revista surge en 1890. Posteriormente y en consecuencia al desarrollo del país, así como la necesidad de estar informado oportunamente, el mercado se transforma con la llegada del Internet, evolucionando de tal manera que en la actualidad se cuenta con diferentes medios de comunicación digitales, ya sean revistas, periódicos e incluso redes sociales. Dicho esto, en Colombia existe una gran variedad de productos destinados a satisfacer la necesidad de conocer lo que sucede en el país, región o comunidad en aspectos culturales, políticos, económicos y de seguridad, distribuidos así:

PERIODICOS DIARIOS EN COLOMBIA			
Ciudad	**No de periódicos**	**Ciudad**	**No de periódicos**
BOGOTÁ	19	LA GUAJIRA	5
ANTIOQUIA	13	MAGDALENA	4
ATLANTICO	5	META	4
BOLIVAR	4	NARIÑO	2
BOYACA	1	NORTE DE SANTANDER	2
CALDAS	2	QUINDIO	3
CAUCA	4	RISARALDA	3
CESAR	5	SAN ANDRES Y PROVIDENCIA	1
CHOCO	1	SANTANDER	2
CORDOBA	6	SUCRE	3
CUNDINAMARCA	1	TOLIMA	4
HUILA	3	VALLE DEL CAUCA	4

Fuente: Tabla creada por la Dirección Nacional de Inteligencia con información obtenida de **https://www.prensaescrita.com/america/colombia.php**

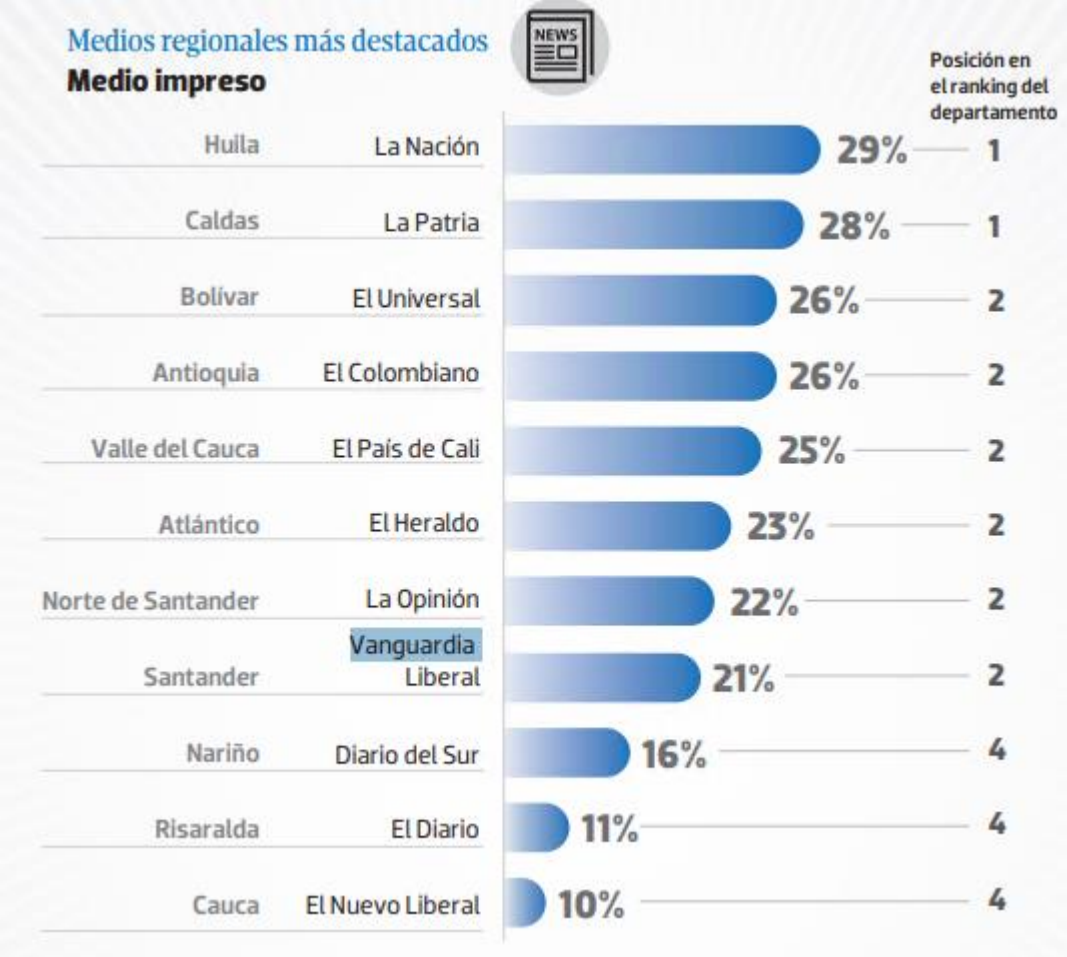
Ahora bien, de acuerdo con la necesidad expuesta de contar con los medios de comunicación que informen sobre los eventos acontecidos enfocados en regiones, en este caso, en la región del oriente colombiano; se consultó los principales periódicos en Santander[12]:

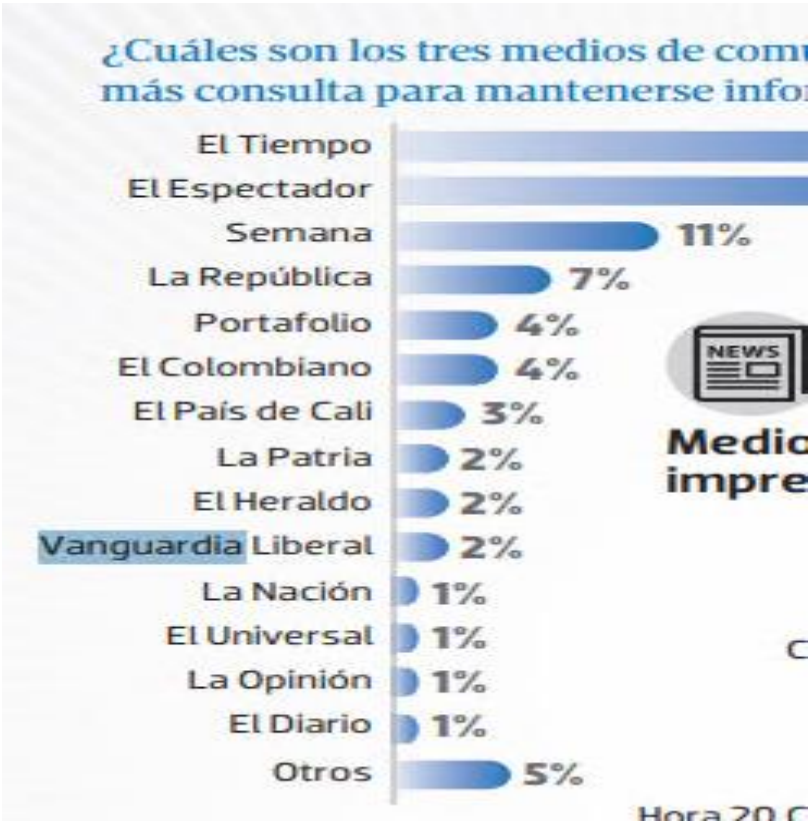


De acuerdo a la información es importante aclarar que en **Santander** hay 2 medios de comunicación, entre ellos se encuentra Vanguardia, quien tiene un enfoque regional.[13]

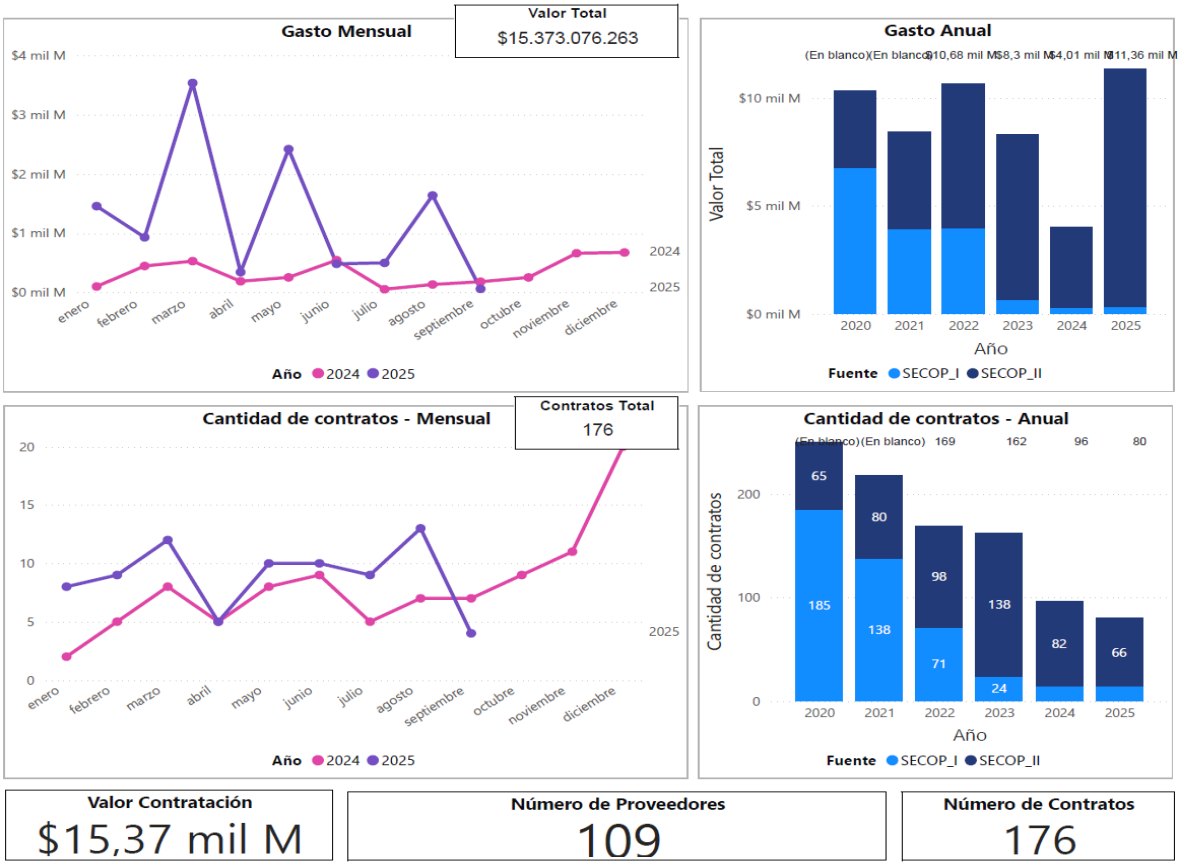
Este medio registra que los primeros lugares son ocupados por casa editoriales como, EL TIEMPO, revista SEMANA, BLURADIO e INFOBAE, sin embargo, el panel de opinión[14] en su sexta versión indica que vanguardia se encuentra entre uno de los medios impresos más destacados y consulados de manera impresa.

[12] https://www.prensaescrita.com/america/colombia.php
[13] https://www.prensaescrita.com/america/colombia.php
[14] Consultado el 03 de septiembre de 2025 https://www.cifrasyconceptos.com/wp-content/uploads/2024/10/Panel-de-Opinion-2024-1.pdf


Medios regionales más destacados
Medio impreso
Posición en el ranking del departamento
Huila
La Nación
29%
1
Caldas
La Patria
28%
1
Bolívar
El Universal
26%
2
Antioquia
El Colombiano
26%
2
Valle del Cauca
El País de Cali
25%
2
Atlántico
El Heraldo
23%
2
Norte de Santander
La Opinión
22%
2
Santander
Vanguardia Liberal
21%
2
Nariño
Diario del Sur
16%
4
Risaralda
El Diario
11%
4
Cauca
El Nuevo Liberal
10%
4



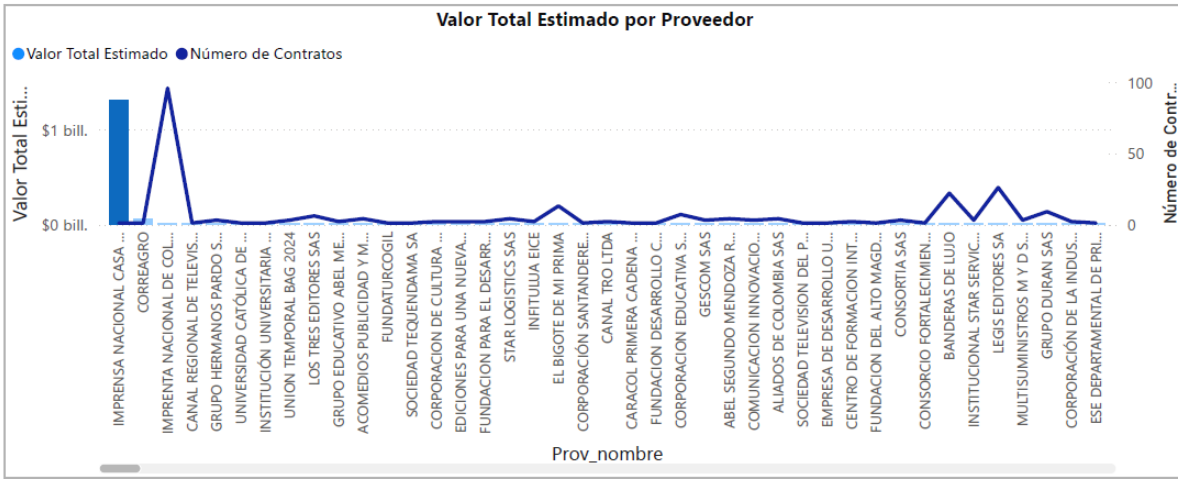
Ahora bien, de acuerdo con los datos abiertos del modelo de abastecimiento de Colombia Compra Eficiente, en referencia a la oferta en el código UNSPSC 55111500 que se presenta de medios impresos y digitales en Colombia y al tomar un rango de tiempo de enero del 2024 a octubre del 2025 y un monto de gasto total de alrededor de los $15.373.076.263 millones, representados en 109 proveedores como se puede observar en las siguientes gráficas:



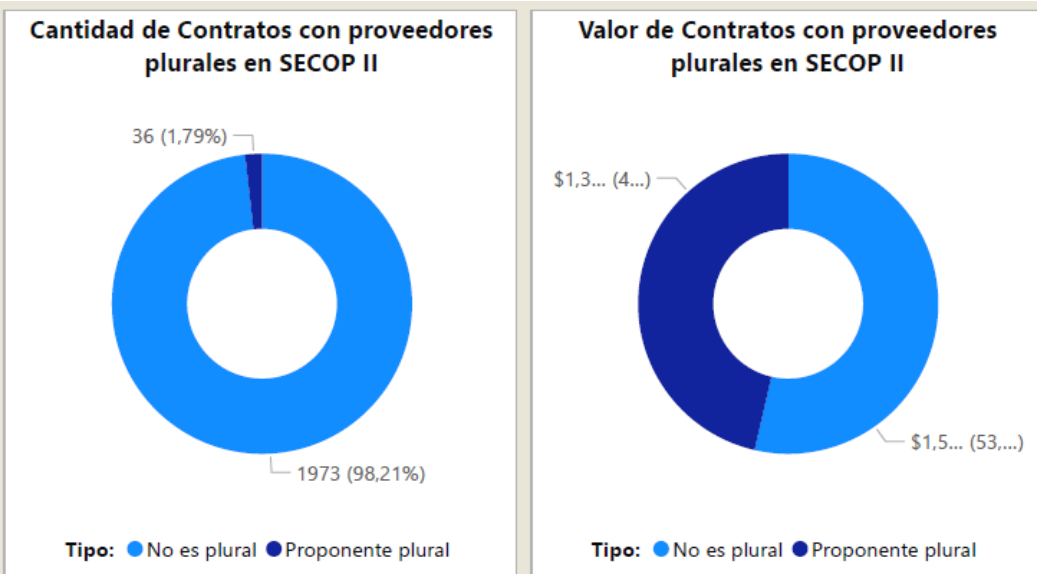
Fuente: Colombia Compra eficiente

Cabe resaltar que el comportamiento de adjudicación de la cantidad de contratos del 2024 al del 2025 presenta una tendencia similar, sin embargo, el cierre del semestre del 2025 refleja una baja en la adjudicación de contratos, lo cual se encuentra alineado con la situación de austeridad del país, por otra parte, se puede estimar una posible recuperación en la celebración de contratos para el segundo semestre.

Por otra parte, en cuanto a los oferentes que se pueden encontrar en este segmento de servicios de publicaciones electrónicas, se visualiza la siguiente posición:



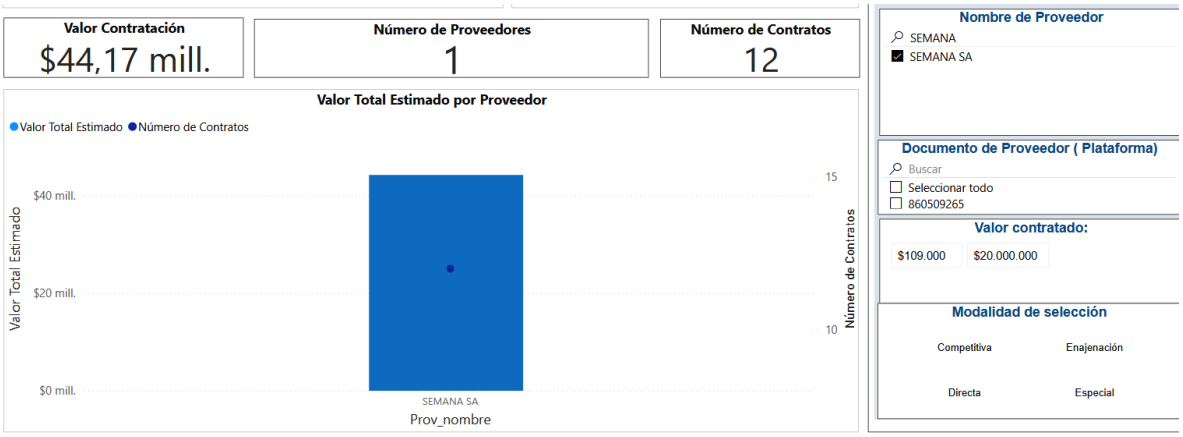
En relación con el origen de los proveedores, se observa que la participación de los proveedores no plurales es del 98.21% y los proveedores plurales del 1.79%, sin embargo, respecto del valor de los contratos celebrados con proveedores plurales es significativo con el 47% frente al proveedores no plurales con el 53%.



El análisis de ofertas que se manejan en el sector y dentro de la plataforma de Colombia Compra Eficiente, se agregan las dos últimas gráficas que contienen los proveedores con mayor participación ya sea en el número de contratos suscritos como en el valor de los mismos, esta separación se hace necesaria para poder entender que la posición entre los proveedores con estas variables no siempre refleja la misma posición; un ejemplo de lo anterior es que SEMANA SAS ocupa el 13° lugar en el número de contratos celebrados.

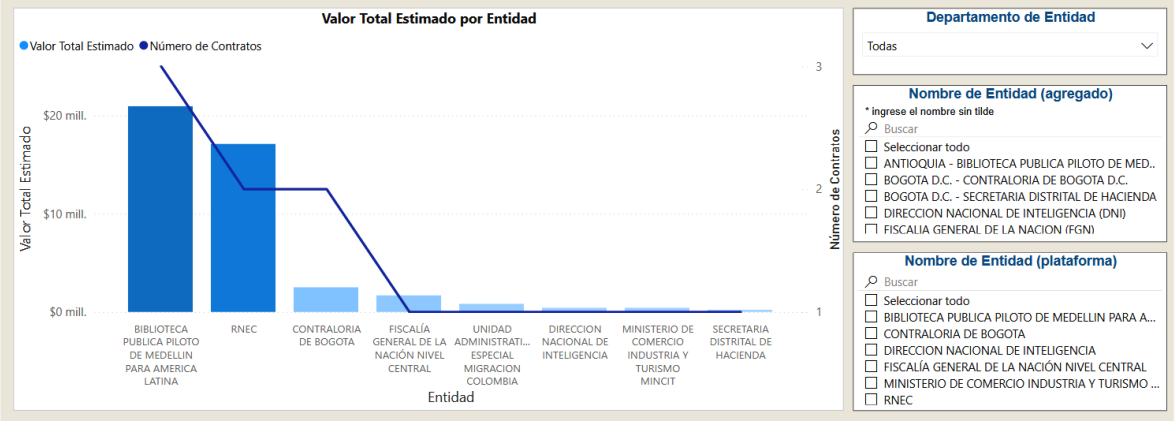


Dentro de la Plataforma SECOP II, en la categoría 551115 Publicaciones electrónicas, Semana SAS refleja un total de 12 contratos con entidades estatales en la vigencia 2024 y a octubre de 2025, por valor de $44.171.000 millones de pesos:



Así mismo, en la siguiente gráfica se observa que las entidades con las cuales SEMANA SAS ha contratado por el lapso de tiempo precitado, son:

- BIBLIOTECA PUBLICA PILOTO DE MEDELLÍN
- REGISTRADURÍA NACIONAL DEL ESTADO CIVIL
- CONTRALORÍA DE BOGOTÁ
- FISCALÍA GENERAL DE LA NACIONAL
- MIGRACIÓN COLOMBIA
- DIRECCIÓN NACIONAL DE INTELIGENCIA
- MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO MINCIT



- ¿A quién se va a comprar?

En atención a la necesidad de contratar los servicios de suscripción digital de revistas y con base al objeto contractual de adquirir la suscripción digital a VANGUARDIA, es importante mencionar que es uno de los periódicos más relevantes de la ciudad de Bucaramanga y el departamento de Santander.

Fundado en septiembre de 1919, en la actualidad es propiedad de la familia Galvis Ramírez, la participación de esta familia en el periódico ha sido histórica y prolongada consolidándose como una de las familias más influyentes en ellos medios de comunicación en Colombia, especialmente en Santander.

Vanguardia ha evolucionado hacia el ámbito digital, ofreciendo contenido en línea a través de su sitio web y aplicaciones móviles. Esto les ha permitido ampliar su alcance y adaptarse a las nuevas tendencias del consumo de noticias, dado que cubre una amplia gama de temas, incluyendo política, economía, deportes, cultura, entretenimiento y eventos locales.

El impacto de Vanguardia es mucho más que simplemente la provisión de noticias, este periódico juega un rol activo en la comunidad organizando eventos foros y debates que fomentan la participación ciudadana y al dialogo en busca de evidenciar problemáticas que termina en investigaciones, lo que aporta a la transparencia y rendición de cuentas en la región.

Es importante mencionar que si bien, en el país existen prestadores privados de este servicio, debe resaltarse que la empresa GALVIS RAMIREZ Y COMPAÑÍA S.A tiene registrada la marca como titular del derecho de propiedad industrial de VANGUARDIA, tal como consta en la certificación expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio.

B. PRECIOS PROMEDIO - ESTUDIO DE MERCADO

Para determinar que el valor estimado a asignar al proceso de selección es razonable frente al mercado, se deben desarrollar los siguientes ítems:

- **COTIZACIONES**

De acuerdo con la necesidad previamente señalada, se envía solicitud de cotización mediante correo electrónico del 06 de agosto de 2025 con radicado 2-2025-3488, con el objeto de conocer el valor de la suscripción digital, por un lapso de tiempo de 12 meses a GALVIS RAMÍREZ Y COMPAÑÍA S.A., quien ofertó el siguiente valor.

Ítem	Descripción del bien, servicio u obra	GALVIS RAMÍREZ Y COMPAÑÍA S.A
1	Suscripción al periódico VANGUARDIA Digital por 12 meses – Área DICOE - GAPRO	$ 118.800,00
	Subtotal	$ 118.800,00
	IVA*	$ 0,00
	Total	$ 118.800,00

NOTA: *Cotización VANGUARDIA: el monto aquí dispuesto está exento de IVA en virtud de lo señalado en el artículo 478 del Estatuto Tributario,*

- **CONSULTA DE BASES DE DATOS ESPECIALIZADAS**

No Aplica

- **ANÁLISIS DE CONSUMOS Y PRECIOS HISTÓRICOS DE LA ENTIDAD.**

Ítem	Descripción del Bien, Servicio u Obra	Fecha y valor en que se adquirió	Porcentaje y fecha Índice de Precios al Consumidor (IPC)	Valor actualizado conforme el Índice de Precios al Consumidor (IPC)
1	Adquisición de una (1) suscripción al periódico VANGUARDIA plan digital, de acuerdo con las Especificaciones Técnicas Mínimas de Obligatorio Cumplimiento establecidas en el Anexo No. 1.	18/10/2024 por un valor de $ 118.800	5,20%	$ 124.978

De acuerdo con la necesidad plasmada en el presente estudio, se analiza que el precio histórico de la suscripción a la Vanguardia en la entidad más el aumento del IPC para el año 2024 que fue de 5,20%, el valor para el año 2025 debería estar por valor de **ciento veinticuatro mil novecientos setenta y ocho pesos** (**$124.978**), es decir aproximadamente **seis mil pesos** (**$6.000**) por encima en relación con el valor pagado en 2024. Sin perjuicio de lo anterior, debe indicarse que, la cotización recibida para el año 2025 se encuentra por

ciento dieciocho mil ochocientos pesos (**$118.800,00**), es decir, que se mantuvo el precio con relación a la vigencia anterior.

- **VALOR ESTIMADO DEL PROCESO**

El valor estimado del proceso corresponde al que estableció la entidad como costo para adquirir sus bienes, obras o servicios de acuerdo con el mercado, este valor servirá de base para calcular la experiencia y el análisis económico del proceso.

OPCIÓN No. 1

PRECIOS HISTÓRICOS DE LA ENTIDAD O DEMAS ENTIDADES PÚBLICAS.

No Aplica

OPCIÓN No. 2

BASES ESPECIALIZADAS Y PROMEDIO DE COTIZACIONES

No Aplica

OPCIÓN No. 3

PROMEDIO DE COTIZACIONES

No Aplica

CONCLUSIÓN DEL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El valor de la contratación se estimó teniendo en cuenta los valores unitarios establecidos en la cotización presentada por GALVIS RAMIREZ Y COMPAÑIA S.A, de fecha 06 de agosto de 2025 y radicado en la Entidad con el número 1-2025-3577.

De acuerdo con lo anterior**, el valor de la contratación es la suma de CIENTO DIECIOCHO MIL OCHOCIENTOS PESOS** (**$118.800,00)** moneda corriente, incluido los demás impuestos, deducciones y erogaciones a que haya lugar.

Distribuidos de la siguiente manera:

ID	Cantidad	Unidad de medida	Requiere muestra	Descripción general del bien o servicio que se Solicita	Destino de los bienes, obras o servicios (Indicar la dependencia de la Entidad donde serán asignados)	Costo estimado unitario sin IVA	IVA unitario	Costo estimado Total
1	1	Suscripción	No	Una (1) suscripción digital al periódico VANGUADIA	DICOE - GAPRO	$ 118.800	0	$ 118.800
Cotización SEMANA: el monto aquí dispuesto está exento de IVA en virtud de lo señalado en los artículos 478 y 481 del Estatuto Tributario,								$ 118.800

C. ANEXOS

- Solicitud de cotización – Radicado 2-2025-3488
- Cotización – Radicado 1-2025-3577.
- Certificado No. 237701 expediente No 00075326, de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Aprobaciones:

ORIGINAL FIRMADO
Técnico Táctico 3