


	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

**ANEXO  
ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO  
"ESPACIOS PUBLICITARIOS"**

**TABLA DE CONTENIDO**

<b>1. JUSTIFICACIÓN</b>	<b>2</b>
<b>2. OBJETO</b>	<b>4</b>
<b>3. ASPECTOS GENERALES</b>	<b>4</b>
<b>3.1 Aspecto económico.</b>	<b>4</b>
<b>3.1.1 Clasificador de Bienes</b>	<b>4</b>
<b>3.1.2 Variables económicas que afectan al sector.</b>	<b>5</b>
<b>3.2. Aspecto Técnico</b>	<b>8</b>
<b>3.3. Aspecto financiero</b>	<b>8</b>
<b>3.4. Aspecto Legal</b>	<b>8</b>
<b>4. ESTUDIO DE LA OFERTA</b>	<b>8</b>
<b>5. ESTUDIO DE LA DEMANDA</b>	<b>14</b>
<b>5.1 Históricos en la contratación similar al objeto contractual actual en Capital</b>	<b>14</b>
<b>5.2 Históricos en la contratación similar al objeto contractual actual de otras entidades</b>	<b>14</b>
<b>6. Gestión anti-soborno</b>	<b>15</b>
<b>7. DEFINICIÓN DEL PRESUPUESTO</b>	<b>16</b>
<b>8. ANÁLISIS DE RIESGO</b>	<b>16</b>
<b>9. ANEXOS</b>	<b>16</b>

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

## 1. JUSTIFICACIÓN

Canal Capital es una sociedad pública organizada como empresa industrial y comercial del Estado, perteneciente al orden distrital, constituida bajo las leyes colombianas, creada mediante el Acuerdo Distrital 019 de 1995, y legalmente constituida mediante Escritura Pública No. 4854 del 14 de noviembre de 1995 de la Notaría 19 del Círculo de Bogotá.

Como canal público de televisión, tiene por objeto principal la operación, prestación y explotación del servicio de televisión regional establecido en las Leyes 182 de 1995 y 335 de 1996, atendiendo lo dispuesto en el Acuerdo 019 de 1995 y demás normas aplicables.



Así mismo, como prestador del servicio de televisión pública, busca satisfacer las necesidades del Estado como son, entre otras, promover el respeto de las garantías, deberes, derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia, la paz y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local, por lo cual su programación se orienta a satisfacer las necesidades educativas, deportivas y culturales de la audiencia, interpretando la pluralidad política, social, cultural y económica de la ciudad capital.

Para el desarrollo de una de las líneas de negocio de Canal Capital, la Junta Administradora Regional modificó los estatutos del Canal Capital, a través del Acuerdo No. 010 de 2023, incorporando actividades sociales entre las cuales se encuentra la de prestar por sí mismo o a través de terceros servicios de asesoría e implementación en materia de publicidad, comercialización, mercadeo de espacios (en medios ATL, activaciones estratégicas de comunicación BTL y DIGITAL), manejo de imagen, posicionamiento institucional y de marca, en medios de comunicación, para lo cual, podrá implementar cualquier metodología que permita efectuar análisis de información, datos o audiencias.

Las actividades de BTL (Below the line – debajo de la línea), hacen referencia a las prácticas no masivas de comunicación dirigidas a segmentos específicos del mercado, que buscan crear nuevos canales de comunicación entre la marca y el consumidor.

Las actividades ATL (Above The Line) hacen referencia a las estrategias publicitarias que utilizan tanto medios masivos tradicionales como plataformas digitales para alcanzar una audiencia amplia, esto incluye medios como la televisión, radio, prensa escrita, cine y publicidad exterior, así como el uso creciente de redes sociales, sitios web, anuncios en plataformas digitales y otras herramientas de publicidad online. Las estrategias ATL buscan generar visibilidad mediante la utilización de canales que llegan a una gran cantidad de personas, lo que implica una alta inversión, especialmente en medios tradicionales, sin embargo, con la expansión de la publicidad digital, las marcas ahora tienen la posibilidad de complementar sus campañas ATL a través de redes sociales y otros espacios digitales, lo que les permite aumentar su alcance y conectar con audiencias de manera más segmentada. Esta combinación de medios masivos y digitales genera una relación de productividad recíproca, donde el alcance global obtenido eleva la visibilidad de la marca y favorece el incremento en las ventas.



Sumado a lo anterior, las actividades de publicidad regional buscan promocionar productos o servicios mediante mensajes claros y concretos a través de plataformas como radio, impresos, televisión, publicidad exterior, cines y centros comerciales, estas estrategias también incluyen el uso de medios locales, comunitarios, regionales e incluso medios indígenas, lo que permite llegar a audiencias específicas de manera más relevante y culturalmente adaptada. Para ello, se desarrollan planes de

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

medios y estrategias de negociación que se ajustan a las necesidades de cada campaña, fortaleciendo la presencia de las marcas en las comunidades locales.

Actualmente se encuentran en ejecución cinco contratos interadministrativos donde el Canal actúa en calidad de contratista, y para cuyo cumplimiento requiere suplir la necesidad descrita. Veamos:

- Contrato Interadministrativo No. **3729-2025** suscrito con el **Instituto Distrital de Recreación y Deporte - IDR**, que tiene por objeto "Prestar los servicios integrales de central de medios y producción audiovisual para fortalecer la divulgación, comunicación y socialización de las actividades, eventos y proyectos gestionados por el instituto distrital de recreación y deporte – IDR." con saldo por ejecutar a la fecha TRESCIENTOS CINCUENTA Y DOS MIL SEISCIENTOS VEINTIDOS MIL OCHOCIENTOS DIEZ PESOS M/CTE (**\$352.622.810**) M/CTE., y plazo de ejecución hasta el **28 de mayo de 2026** y/o hasta agotar los recursos.
- Contrato interadministrativo No. **506-2025**, suscrito con la **Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte - SCR**, el cual tiene por objeto "*Celebrar contrato interadministrativo para la difusión, comunicación y apropiación de los planes, iniciativas, programas y acciones de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, a través de los medios de comunicación masivos, tradicionales, comunitarios, alternativos y/o digitales, plataformas digitales y acciones de divulgación territoriales y directas.*", con saldo por ejecutar valor de CUATROCIENTOS CUARENTA Y SIETE MILLONES SEISCIENTOS CUARENTA Y CUATRO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y DOS PESOS M/CTE (**\$447.644.372**), y plazo de ejecución hasta el **27 de febrero de 2026**, y/o hasta agotar los recursos.
- Contrato interadministrativo **355-2025**, suscrito con la **Unidad Administrativa Especial de Catastro de Bogotá - UAEC**, que tiene por objeto "*Prestación de servicios de divulgación de contenidos institucionales de interés para la ciudadanía, en cumplimiento de la misionalidad y las metas de la Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital*", que a la fecha cuenta con un saldo por ejecutar de TRESCIENTOS UN MILLONES NOVECIENTOS SETENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS CATORCE PESOS M/CTE (**\$301.978.414**) y plazo de ejecución hasta el **30 de junio de 2026**, o hasta agotar el presupuesto disponible.
- Contrato interadministrativo **394-2025**, suscrito con **La Agencia Distrital de Educación Superior, Ciencia y Tecnología - Atenea**, que tiene por objeto "*Prestar servicios para la ejecución y divulgación de la estrategia de comunicaciones de los diferentes proyectos e iniciativas de la Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología Atenea*", que a la fecha cuenta con un saldo por ejecutar de CIENTO CUARENTA MILLONES NOVECIENTOS VEINTICUATRO MIL SETECIENTOS CINCUENTA Y UN PESOS M/CTE (**\$140.924.751**) y plazo de ejecución hasta el **8 de febrero de 2026**, o hasta agotar el presupuesto disponible.

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

1. Contrato interadministrativo **177-2025**, suscrito con **La Fundación Gilberto Alzate Abendaño - FUGA**, que tiene por objeto "*Prestar servicios integrales de comunicación encaminados a apoyar el desarrollo de la estrategia de comunicaciones de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño*", que a la fecha cuenta con un saldo por ejecutar de CUARENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (**\$40.000.000**) y plazo de ejecución hasta el **24 de febrero de 2026**, o hasta agotar el presupuesto disponible.

La ejecución de dichos contratos interadministrativos requieren la prestación de servicios de divulgación de sus campañas y mensajes a través de medios de comunicación nacionales, regionales, locales, alternativos, comunitarios, indígenas y digitales.

Adicionalmente, de acuerdo con la planeación del área de Ventas y Mercadeo del Canal, se prevé la posible suscripción de nuevos contratos interadministrativos, para los cuales el Canal requerirá prestar servicios ATL en el marco de sus actividades sociales, lo cual, además, le permite a la entidad desenvolverse en su rol comercial.

Es por todo lo anterior que se requiere contratar los servicios de planificación, adquisición y monitoreo de espacios publicitarios en medios nacionales, regionales, locales, alternativos, comunitarios e indígenas, integrando estrategias multimedia y digitales, con el fin de cumplir con las obligaciones derivadas de los contratos que Canal Capital tiene vigentes con la SCR D, el IDRD, ATENEA, la FUGA y la UAECD, así como de las demás necesidades que lleguen a presentarse.

Esta contratación se encuentra contemplada en el Plan Anual de Adquisiciones de la vigencia 2026.

## 2. OBJETO

674GBV Prestar los servicios de adquisición y negociación de espacios publicitarios en medios locales, regionales, alternativos, indígenas y/o nacionales, en medios convencionales y no convencionales e integrados con estrategias multimedia y digitales en caso necesario, para atender los requerimientos propios de la entidad y de los diferentes clientes de Canal Capital.

## 3. ASPECTOS GENERALES

En el presente documento se realizará el análisis del sector y del mercado a fin de analizar los aspectos generales, buscando entender el mercado objetivo y realizar la contratación más eficiente de acuerdo con los parámetros establecidos en las cartillas de Colombia Compra Eficiente.



### 3.1 Aspecto económico.

#### 3.1.1 Clasificador de Bienes

Para el presente estudio, en cumplimiento del objeto de la presente contratación, se realiza según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas<sup>1</sup>:

Clasificación CIIU Rev. 4 A.C		
SECCIÓN	M	Actividades profesionales, científicas y técnicas

<sup>1</sup> [https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU\\_Rev4ac.pdf](https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf)

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

División	73	Publicidad y estudios de mercado
Grupo	731	Publicidad
Clase	7310	Publicidad

La división 73<sup>2</sup> comprende “la creación de campañas de publicidad y la inserción de anuncios publicitarios en revistas, periódicos, programas de radio y televisión u otros medios de difusión, así como también el diseño de estructuras y sitios de exposición”. Adicionalmente, en la clase 7310 están incluidas las empresas que ofrecen los siguientes servicios:

- “El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.
- La creación y realización de campañas de publicidad que incluyen:
  - o Creación y colocación de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio, televisión, Internet y otros medios de difusión.
  - o Creación y colocación de anuncios de publicidad exterior, por ejemplo, mediante carteles, carteleras, tableros, boletines, decoración de vitrinas, diseño de salas de exhibición, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros.
  - o Representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios.
  - o Publicidad aérea.
  - o Distribución y entrega de material publicitario o muestras.
  - o Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias, etcétera.
  - o Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición.
- El manejo de campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios, dirigidos a atraer y retener clientes:
  - o Promoción de productos.
  - o Comercialización en puntos de venta.
  - o Publicidad directa vía correo.
  - o Consultoría en comercialización.”

### 3.1.2 Variables económicas que afectan al sector.

Algunos indicadores económicos, que podemos observar para identificar las variables que afectan o incentivan el sector de Publicidad cómo se relacionan a continuación; el comportamiento del IPC, el PIB, la tasa de desempleo, los ingresos nominales y el personal ocupado y salarios entre otras, estas variables afectan a un país de manera genérica, es de gran importancia aportar con la contratación el movimiento de diferentes sectores del mercado, además aportar información para las variables y estadísticas económicas del país.

<b>Sector del DANE Producción de películas cinematográficas y programas de televisión (EMS)</b>	
De acuerdo con el boletín técnico emitido por el DANE de fecha 15 de diciembre de 2025 “En octubre de 2025, los servicios de producción de películas cinematográficas y programas de televisión registraron una disminución de 6,3% en los ingresos nominales, el personal ocupado total presentó una variación negativa de 0,6% y los salarios registraron un crecimiento de 4,8%, en comparación con octubre de 2024.” <sup>3</sup>	

<sup>2</sup> [http://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU\\_Rev4ac.pdf](http://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf).

<sup>3</sup> <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMS/bol-EMS-oct2025.pdf>



**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO**

**CÓDIGO: AGC-CN-FT-063**

**VERSIÓN: 01**

**FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025**

**RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL**



De acuerdo con la estadística anterior, se puede observar que tanto los ingresos nominales, como el personal ocupado, y los salarios se encuentran en decrecimiento, sin embargo los salarios se encuentran en crecimiento en comparación con el mismo periodo del año anterior, con este tipo de contratación se pretende generar un aporte positivo a dichas variables analizadas en el sector.

**Tabla 11. Variación anual y contribución de los ingresos nominales por tipo, personal ocupado total y salarios por tipo de contratación**  
Producción de películas cinematográficas y programas de televisión

Total nacional			
Octubre 2025 <sup>9</sup>			
Índice (ene 2022-oct 2025)	Variable	Variación anual (%)	Contribución a la variación anual (PP)
	<b>Ingresos totales nominales</b>	<b>-6,3</b>	<b>-4,7</b>
	Ingresos por servicios prestados	-7,6	-2,8
	Ingresos por venta de mercancías	-11,1	-2,6
	<b>Personal ocupado total*</b>	<b>-0,6</b>	
	Permanente	3,8	2,3
	Temporal directo	2,2	0,5
	<b>Salarios personal ocupado sin agencias</b>	<b>4,8</b>	
	Salarios personal permanente	5,0	3,3
	Salarios temporal directo	3,4	1,5

Fuente: DANE, EMS.

**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR(IPC)**

Según el informe mensual del DANE de fecha 05 de diciembre de 2025, de acuerdo con la Variación y contribución mensual por divisiones de gasto "En el mes de noviembre de 2025, el IPC registró una variación de 0,07% en comparación con octubre de 2025, ocho divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,07%): Salud (0,71%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,44%), **Bienes y servicios diversos (0,39%), Restaurantes y hoteles (0,38%), Información y comunicación (0,35%), Transporte (0,29%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,28%)** y por último, Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,19%). Por debajo se ubicaron: Educación (-0,00%), Prendas de vestir y calzado (-0,02%), Recreación y cultura (-0,48%) y por último, Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,72%)."<sup>4</sup>

En cuanto al comportamiento del sector que atañe al objeto de este proceso, podemos clasificarla dentro del grupo de bienes y servicios diversos, la cual presenta una variación del 0,39%, con este tipo de contratación se busca generar un aporte positivo al sector.

**Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual**  
Según divisiones de gasto  
Noviembre 2024 - 2025

Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	2024		2025	
			Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)
Salud	1,71	0,36	0,01	0,71	0,01	0,01
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,53	0,01	0,44	0,01	0,01
Bienes y servicios diversos	5,36	0,27	0,01	0,39	0,02	0,02
Restaurantes y hoteles	9,43	0,35	0,04	0,38	0,04	0,04
Información y comunicación	4,33	-0,04	0,00	0,35	0,01	0,01
Transporte	12,80	0,18	0,02	0,29	0,04	0,04
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,29	0,09	0,28	0,09	0,09
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,17	0,01	0,19	0,01	0,01
TOTAL	100,00	0,27	0,27	0,07	0,07	0,07
Educación	4,41	-0,02	0,00	0,00	0,00	0,00
Prendas de vestir y calzado	3,98	0,23	0,01	-0,02	0,00	0,00
Recreación y cultura	3,79	1,88	0,05	-0,48	-0,01	-0,01
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,06	0,13	0,02	-0,72	-0,14	-0,14

Fuente: DANE, IPC

**PIB Participación**

<sup>4</sup> <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/nov2025/bol-IPC-nov2025.pdf>



ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO

CÓDIGO: AGC-CN-FT-063

VERSIÓN: 01

FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025

RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL



El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) presentó los resultados del segundo trimestre de fecha 18 de noviembre de 2025: "En el tercer trimestre de 2025pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 1,9% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2024pr. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 0,4%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8)."<sup>5</sup>

Esta estadística muestra que el PIB está realizando impacto positivo en la economía para el sector de información y comunicaciones, al presentar una variación de crecimiento en comparación con el periodo anterior, lo cual genera un impacto positivo para la economía del sector.

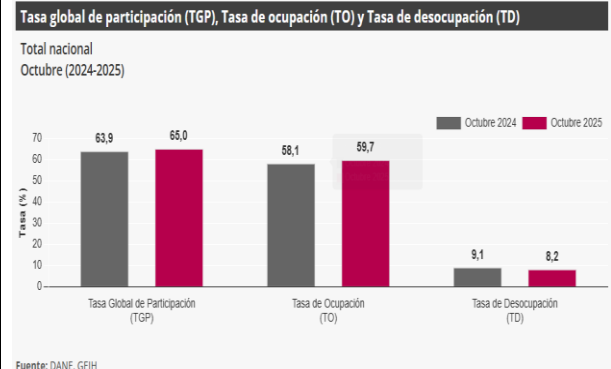
Tabla 8. Información y comunicaciones  
Tasas de crecimiento en volumen<sup>1</sup>  
Tercer trimestre 2025<sup>pr</sup>

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2025 <sup>pr</sup> -III / 2024 <sup>pr</sup> -III	2025 <sup>pr</sup> / 2024 <sup>pr</sup>	2025 <sup>pr</sup> -III / 2025 <sup>pr</sup> -II
Información y comunicaciones	1,9	1,8	0,4



Fuente: DANE, PIB T

Tasa de desempleo

De acuerdo con lo encontrado en la página del Banco de la República "Las firmas (empresas) demandan diferentes factores para producir bienes o servicios. Uno de esos factores es el trabajo. Por su parte, los hogares ofrecen su trabajo a cambio de un salario que les permita adquirir bienes o servicios en la economía. Diversos aspectos, tanto de corto como de largo plazo, no permiten que en un momento específico todas las firmas encuentren la cantidad de trabajo que están demandando ni que todas las personas que ofrecen su capacidad de trabajo se encuentren empleadas". Es así como según el informe emitido por el DANE de fecha 28 de noviembre de 2025, indica "Para el mes de octubre de 2025, la tasa de desocupación del total nacional fue 8,2%, lo que representó una disminución de 0,9 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2024 (9,1%). La tasa global de participación se ubicó en 65,0%, lo que significó un aumento de 1,1 puntos porcentuales frente a octubre de 2024 (63,9%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 59,7%, lo que representó un



<sup>5</sup> <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-IIItrim2025.pdf>

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

*aumento de 1,6 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2024 (58,1%).<sup>6</sup>*

Según la estadística referenciada anteriormente, la tasa de desempleo nacional disminuyó 0.9 puntos porcentuales en el mes de octubre del año en curso con respecto al mismo mes del año anterior al pasar del 9.1 al 8.2, lo que indica que se puede disminuir levemente el desempleo logrando así alcanzar niveles más bajos del mismo, beneficiando el nivel económico de los hogares colombianos.

### **VARIACIÓN SALARIO MÍNIMO MENSUAL LEGAL VIGENTE SMMLV**

*Para el año 2025 el incremento salarial se fijó en un 9,5%, pasando de 1.300.000 a 1.425.000<sup>7</sup>, dicho incremento se estableció por Decreto expedido por el Gobierno Nacional. Se muestra el histórico de los últimos 5 años del aumento del salario mínimo.*

Información sobre la serie		Documentos metodológicos		Notas aclaratorias y fe de erratas	
Salario mínimo legal anual. Información disponible a partir del 1 de julio de 1984.					
Año	Decreto gobierno nacional	Salario mínimo diario (COP)	Salario mensual (COP)	Variación porcentual anual (%)	
2025	1572 de diciembre 24 de 2024	47.450,00	1.423.500	9,50	
2024	2292 de diciembre 29 de 2023	43.833,33	1.300.000	12,07	
2023	2633 de diciembre 28 de 2022	38.944,47	1.180.000	14,00	
2022	1724 de diciembre 15 de 2021	33.333,33	1.000.000	10,07	
2021	1785 de diciembre 29 de 2020	30.284,20	908.528	8,80	

### **3.2. Aspecto Técnico**

En este aspecto, se tendrá en cuenta lo establecido en el Anexo técnico que hace parte integral del presente proceso suministrado por el área técnica (Mercadeo y ventas) del Canal.

### **3.3. Aspecto financiero**

N/A

### **3.4. Aspecto Legal**



Teniendo en cuenta que nos encontramos frente a una contratación en la modalidad directa cuya causal corresponde a la establecida en el artículo 41 numeral k.) *Contratación derivada de contratos y convenios interadministrativos, convenios de asociación o cooperación y contratos en los que el CANAL actúe como contratista*, del Manual de Contratación.

La Constitución Política de Colombia artículos 209 y 267, Artículo 37 Ley 182 de 1995, Decreto 1421 de 1993, el artículo 96 del Decreto 111 de 1996, numeral 1º del artículo 8 de la Ley 80 de 1993, Ley 489 de 1998, artículo 14 de la Ley 1150 de 2007, artículo 93 de la Ley 1474 de 2011, artículo 11 y

<sup>6</sup> <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIH-oct2025.pdf>

<sup>7</sup> <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/salarios>

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

12 de la Ley 1437 de 2011, entre otras de creación constitucional o legal y las que surjan con posterioridad por virtud de otras leyes.

#### 4. ESTUDIO DE LA OFERTA

Teniendo en cuenta las necesidades mencionadas, se realizó un estudio de mercado por parte del área de Ventas y Mercadeo de Canal Capital, que permitió identificar el proveedor que brinda mayores beneficios para atender los requerimientos expuestos en el Anexo Técnico.

La respectiva solicitud de cotización se hizo a través de la plataforma SECOP II con radicado SIP 080 - 2025 del 15 de diciembre del 2025, estableciendo el siguiente cronograma:



ACTIVIDAD	FECHAS 2025
Publicación en Secop II y/o envío por correo electrónico de la invitación a cotizar	Lunes, 15 de diciembre de 2025
Plazo para enviar la solicitud de aclaración por parte del cotizante	Miércoles, 17 de diciembre de 2025 - 5:00 pm
Plazo para responder a la solicitud de aclaración por parte de Capital	Jueves, 18 de diciembre de 2025
Fecha límite de entrega de las cotizaciones	Viernes, 19 de diciembre de 2025 - 10:00 am

La respectiva solicitud de información a proveedores se puede encontrar en el link a continuación:

<https://community.secop.gov.co/Public/Common/GoogleReCaptcha/Index?previousUrl=https%3a%2f%2fcommunity.secop.gov.co%2fPublic%2ftendering%2fOpportunityDetail%2fIndex%3fnoticeUID%3dCO1.NTC.9296339%26isFromPublicArea%3dTrue%26isModal%3dFalse>

## PROVEEDORES



	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

La gráfica presenta de manera clara, que para la solicitud de cotización del proceso con los códigos de UNSPSC incorporados, se contaban con 634 proveedores, de los cuales seis (6) presentaron interés en participar en el estudio de mercado y dos (2) presentaron cotización.

El 19 de diciembre, se habían recibido sólo dos cotizaciones, por lo cual se amplió el plazo para la entrega de cotizaciones hasta el 19 de diciembre de 2025, a las 5pm. Antes de la hora límite, se recibió a través de la plataforma SECOP II las siguientes cotizaciones:

2. UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S
3. PEZETA PUBLICIDAD SAS

La solicitud de cotización, incluyó el diligenciamiento de un anexo técnico con el propósito de hacer un estudio de mercado comparando los valores cotizados, así como los beneficios por cada uno de los participantes. El anexo está conformado por seis componentes: 1. Comisión de agencia (FEE), indicando los porcentajes a cobrar por los distintos tipos de medios: masivos, comunitarios, digitales, publicidad exterior, medios internacionales, campañas de influencers y pagos a terceros. 2. Porcentaje de descuentos para TV nacional, regional o local, radio, prensa y otros medios, aclarando que estos descuentos aplican sobre la pauta convencional y no sobre paquetes especiales. 3. Herramientas de planificación que ofrecen, indicando si son propias o subcontratadas. Estas deben servir para medir audiencias, monitorear pauta, analizar consumo de medios y permitir una planeación precisa de la estrategia, especialmente para la región centro del país y Bogotá. 4. Tarifas de medios Digitales tanto digitales (CPM, CPC, CPV por plataforma) y 5. Monitoreo de medios tradicionales y redes sociales. 6. valores agregados y complementos que la agencia ofrece, como Media Value Devolution (MVD), capacitaciones para el personal de Canal Capital y porcentaje de pauta bonificada.



### ANÁLISIS ÁREA TÉCNICA (cotizaciones)

A continuación, se muestran las tablas que resumen las cifras cotizadas por las dos (2) empresas que enviaron su cotización para cada componente:

**1. Comisión de agencia (FEE):** La comisión se aplica antes de IVA, sobre el valor neto (tarifa bruta menos descuento), lo cual mantiene la comparación en igualdad de condiciones.

SOLICITUD DE COTIZACIÓN CENTRAL DE MEDIOS			
items	CONCEPTO COMISIÓN DE AGENCIA	% comisión de agencia UNIVERSAL GROUP	% comisión de agencia PEZETA PUBLICIDAD
1	% Medios nacionales, regionales y/o locales Masivos (televisión, radio, prensa, revistas y sitios.com) Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	4%	1,00%
2	% RRSS (programatica, Meta, Google y otras plataformas) Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	4%	1,00%
3	% Medios comunitarios, alternativos y/o emergentes. Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA (sin importar la cantidad)	6%	1,00%
4	% DOOH (Digital Out Of Home / Indoor) - Publicidad exterior Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	4%	1,00%
5	% Medios internacionales. Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA.	4%	1,00%
6	% Campañas influencer marketing Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	4%	1,00%
7	% pago a terceros	6%	5,00%

Del análisis comparativo realizado se concluye que, aunque la propuesta de PEZETA PUBLICIDAD presenta una estructura de comisión de agencia significativamente inferior, esta condición implica

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

riesgos potenciales sobre la operación, sostenibilidad del servicio y a la capacidad de garantizar un acompañamiento técnico permanente, aspectos críticos en la ejecución de un contrato de central de medios que demanda planeación estratégica, control riguroso de la pauta y respuesta oportuna a los requerimientos institucionales.

En contraste, la propuesta presentada por UNIVERSAL GROUP, aun cuando contempla comisiones de agencia superiores, se encuentra dentro de los rangos de porcentajes ofrecidos por otras empresas del mercado adicionalmente, ofrece capacidad operativa y calidad en la prestación del servicio. En este sentido, la relación costo–beneficio de la oferta de UNIVERSAL resulta más favorable para la Entidad,

**2. Porcentaje de descuentos:** Los descuentos se aplican sobre las tarifas publicadas de los medios, antes de IVA, y únicamente para pauta convencional (no aplican para paquetes ni formatos especiales).

SOLICITUD DE COTIZACIÓN CENTRAL DE MEDIOS			
items	CONCEPTO PORCENTAJE DE DESCUENTO (Para clientes de Canal Capital)	Porcentaje de descuento para los clientes de Canal Capital UNIVERSAL GROUP	Porcentaje de descuento para los clientes de Canal Capital UNIVERSAL GROUP
1	% TV Nacional Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	35%	10,00%
2	% TV regional o local Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	30%	10,00%
3	% Radio Cadena Nacional Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	55%	10,00%
4	% Radio Cadena Local Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	55%	10,00%
5	% Prensa Nacional Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	30%	10,00%
6	% Prensa regional o local Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	40%	10,00%

En el análisis de descuentos sobre tarifas ofrecidas, la propuesta presentada por UNIVERSAL resulta más favorable para la entidad, si bien ofrece porcentajes de descuento sustancialmente superiores en todos los medios verificados se considera que estos descuentos generan una reducción significativa del valor base de la pauta convencional, lo cual puede compensar e incluso superar el mayor porcentaje de comisión de agencia ofertado. Por su parte, PEZETA presenta una propuesta homogénea para todos los medios del 10%, que si bien aporta estabilidad y resulta competitiva desde el punto de vista económico, técnicamente con respecto a los descuentos ofertados por Universal Group en este ítem específico no permitirá a futuro obtener una optimización de presupuestos con respecto a lo ofrecido a los diferentes clientes del Canal en cuanto a frecuencias y medios y de esta misma manera no se ofrecerá al mercado una menor inversión con respecto a la participación.

### 3. Herramientas de planificación

SECCION HERRAMIENTAS				
Nombre	Descripción	Contrato Directo con el proveedor o subcontratado UNIVERSAL GROUP	Descripción	Contrato Directo con el proveedor o subcontratado
UNIVERSAL GROUP		PEZETA PUBLICIDAD		
TGI CHOICES	Estudio para consumo de audiencias - KANTAR IBOPE MEDIA	Contrato Directo	Estudio que suministra información sobre hábitos de exposición de medios de comunicación, consumo de productos y marcas, estilos de vida y opiniones y actitudes.	Subcontratado
IWKS	Herramienta para el monitoreo de pauta - KANTAR IBOPE MEDIA	Contrato Directo	Software de consulta y análisis para Audiencias de Televisión. Software de consulta y análisis para Monitoreo e Inversión Publicitaria Multimedia	Subcontratado
MMW	Herramienta para la medición de audiencias - KANTAR IBOPE MEDIA	Contrato Directo	Permite a las marcas entender el impacto real de sus esfuerzos de marketing en diferentes canales, evaluando la efectividad de la publicidad.	Subcontratado
ECAR	Estudio Continuo de Audiencias Radiales	Contrato Directo	Medición clave en Colombia para saber qué emisoras de radio son las más escuchadas y su perfil de oyentes.	Subcontratado
COMSCORE	Estudio de Consumo de medios digitales.	Contrato Directo	Mide y analiza el comportamiento de las audiencias en múltiples plataformas (web, móvil, TV conectada, etc.) data que permite planificar, monetizar y evaluar las estrategias digitales y de marketing.	Subcontratado

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.



**ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO**

**CÓDIGO: AGC-CN-FT-063**

**VERSIÓN: 01**

**FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025**

**RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL**



Una vez revisado este componente, se encuentra que ambas cotizaciones se encuentran de acuerdo con la disponibilidad de las principales herramientas de medición y análisis de audiencias, consumo de medios y monitoreo de pauta reconocidas en el mercado.

No obstante, la propuesta presentada por UNIVERSAL ofrece un mayor nivel de solidez operativa, al contar con contratos directos con los proveedores de información, lo cual reduce riesgos de dependencia de terceros y garantiza mayor control sobre la continuidad, actualización y soporte de las herramientas. Por su parte, PEZETA accede a las mismas herramientas mediante subcontratación, lo cual permite cumplir técnicamente el requisito, pero implica un mayor nivel de intermediación y riesgo operativo.

**4. Tarifas de medios Digitales**



TARIFAS REDES SOCIALES					
ITEM	MEDIO	PLATAFORMA	FORMATO	VALOR SIN IVA UNIVERSAL GROUP	VALOR SIN IVA PEZETA PUBLICIDAD
1	DIGITAL	FACEBOOK	CPM	\$ 1.000	\$ 4.300
2	DIGITAL	INSTAGRAM	CPM	\$ 3.200	\$ 5.200
3	DIGITAL	FACEBOOK E INSTAGRAM	CPM	\$ 1.500	\$ 4.900
4	DIGITAL	TIKTOK	CPM	\$ 4.900	\$ 5.300
5	DIGITAL	X	CPM	\$ 16.000	\$ 21.350
6	DIGITAL	YOUTUBE	CPM	\$ 4.900	\$ 17.100
7	DIGITAL	FACEBOOK	CPV	\$ 110	\$ 60
8	DIGITAL	INSTAGRAM	CPV	\$ 90	\$ 70
9	DIGITAL	FACEBOOK E INSTAGRAM	CPV	\$ 80	\$ 65
10	DIGITAL	TIKTOK	CPV	\$ 110	\$ 95
11	DIGITAL	X	CPV	\$ 170	\$ 152
12	DIGITAL	YOUTUBE	CPV	\$ 90	\$ 75
13	DIGITAL	FACEBOOK	CPC	\$ 490	\$ 550
14	DIGITAL	INSTAGRAM	CPC	\$ 800	\$ 600
15	DIGITAL	FACEBOOK E INSTAGRAM	CPC	\$ 900	\$ 600
16	DIGITAL	TIKTOK	CPC	\$ 700	\$ 1.120
17	DIGITAL	SPOTIFY	CPM	\$ 45.000	\$ 24.500
18	DIGITAL	LINKEDIN	CPM	\$ 14.900	\$ 121.000
19	DIGITAL	SPOTIFY	CPV	\$ 600	\$ 250
20	DIGITAL	LINKEDIN	CPV	\$ 290	\$ 1.600
21	DIGITAL	SPOTIFY	CPC	\$ 1.200	\$ 130
22	DIGITAL	LINKEDIN	CPC	\$ 4.000	\$ 24.100
22	DIGITAL	PROGRAMÁTICA	CPM	\$ 29.000	\$ 42.000
23	DIGITAL	GOOGLE DISPLAY	CPM	\$ 4.900	\$ 12.000
24	DIGITAL	GOOGLE	CPC	\$ 900	\$ 4.600
25	DIGITAL	APLICACIONES (WAZE, RAPPI, DIDI ENTRE OTROS)	CPM	\$ 49.000	\$ 92.000
<b>CANTIDAD DE ÍTEMES FAVORABLES</b>				<b>15</b>	<b>11</b>
<b>SUMATORIA DE VALORES</b>				<b>\$ 184.830</b>	<b>\$ 383.667</b>

Del análisis de las tarifas unitarias para pauta digital y redes sociales se evidencia una alta dispersión de precios entre las propuestas presentadas por UNIVERSAL GROUP y PEZETA PUBLICIDAD, tanto por formato (CPM, CPV y CPC) como por plataforma. En términos generales, UNIVERSAL GROUP presenta valores más competitivos en 15 de los 26 ítems evaluados, especialmente en formatos CPM y CPC para plataformas de alto volumen como Facebook, Instagram, Google Display, YouTube y programática, lo cual se traduce en una mayor eficiencia presupuestal para campañas de alcance y tráfico.

Por su parte, PEZETA PUBLICIDAD ofrece valores inferiores en algunos formatos CPV, principalmente en plataformas orientadas a consumo de video como Facebook, Instagram, TikTok, Spotify y YouTube. Sin embargo, estas ventajas puntuales se ven compensadas por tarifas significativamente más altas en formatos CPM y CPC, particularmente en LinkedIn, Google, YouTube, programática y aplicaciones móviles, donde los valores ofertados superan ampliamente los de UNIVERSAL, impactando de manera relevante el costo total de campañas de alcance, posicionamiento y conversión.

La sumatoria comparativa de los valores evidencia una diferencia sustancial entre ambas propuestas, siendo la de UNIVERSAL GROUP considerablemente menor, lo que sugiere una estructura de costos más equilibrada y alineada con los promedios del mercado digital para campañas institucionales,

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

mientras que la propuesta de PEZETA presenta una mayor variabilidad y picos tarifarios elevados en plataformas estratégicas.

En términos comparativos, UNIVERSAL GROUP presenta 15 de 25 ítems más favorables frente a los 11 de PEZETA PUBLICIDAD, lo que evidencia una mayor consistencia en ofrecer tarifas competitivas a lo largo de distintas plataformas y formatos. Adicionalmente, la sumatoria total de los valores sin IVA de UNIVERSAL (\$184.830) es significativamente menor que la de PEZETA (\$383.667), lo que se traduce en un menor impacto financiero y una optimización del presupuesto destinado a la pauta digital, consolidando a UNIVERSAL como la opción más equilibrada en relación costo-beneficio.

## 5. Monitoreo de medios tradicionales y redes sociales

TARIFAS MONITOREO DE MEDIOS			
ITEM	SERVICIO	VALOR IVA INCLUIDO UNIVERSAL GROUP	VALOR IVA INCLUIDO PEZETA PUBLICIDAD
1	Monitoreo de medios tradicionales (prensa, revistas,online, radio y TV) informe Cualitativo y Cuantitativo Mensual.	\$ 5.700.000	\$ 17.600.000
2	Monitoreo de medios RRSS informe Cualitativo y Cuantitativo Mensual.	\$ 4.600.000	\$ 6.580.000

La propuesta de UNIVERSAL es la más favorable desde el punto de vista económico, ofreciendo tarifas significativamente más bajas en monitoreo de medios tradicionales y redes sociales. Esta diferencia representa un ahorro importante en el presupuesto destinado a monitoreo mensual, sin que se indique una diferencia en el alcance o la calidad de los informes.

Por su parte, la propuesta de PEZETA implica un mayor costo recurrente, lo cual podría limitar la eficiencia en la ejecución del presupuesto.



## 6. valores agregados y complementos

SECCION VALORES AGREGADOS Y COMPLEMENTOS				
	VALORES AGREGADOS	OBSERVACIONES	% O CANTIDAD	% O CANTIDAD
1	% MVD (devolucion de volúmenes)	Relacionar el % de devolución a Canal Capital sobre toda la ordenación realizada por la agencia, esta deberá descontarse de cada una de las facturas generadas al canal.	4%	0%
2	CAPACITACIONES (jornadas digitales)	Relacionar la cantidad de capacitaciones ofrecidas para la entidad d	3	8
3	% DE PAUTA BONIFICADA	Relacionar el % mínimo de pauta bonificada a la entidad, la cual aplicará para los ítems 1 y 2 de la hoja % COMISIÓN AGENCIA (Medios nacionales, regionales y/o locales Masivos (televisión, radio, prensa, revistas y sitios.com) y RRSS).	6%	0%

La propuesta de UNIVERSAL ofrece beneficios financieros directos importantes a través de un 4% de devolución sobre volúmenes facturados y un 6% de pauta bonificada adicional, aportando un ahorro efectivo y más inversión en pauta sin costo adicional para la entidad.

Por otro lado, PEZETA destaca por ofrecer un mayor número de capacitaciones digitales (8 vs 3), lo que puede traducirse en mayor acompañamiento formativo y valor intangible.

Una vez recibidas las cotizaciones de las dos (2) empresas, se inicia un proceso de análisis por cada uno de los ítems del Anexo Técnico, considerando tanto la competitividad económica como la coherencia técnica y la estructura general de los costos ofrecidos por cada proveedor. ([ver Anexo. ESTUDIO DE MERCADO-ANEXO TÉCNICO](#))

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

Se concluye que la oferta de UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S presenta ventajas claras y contundentes para la entidad. A pesar de contar con una comisión de agencia superior a la de PEZETA, esta diferencia se ve ampliamente compensada por los significativos descuentos en medios convencionales, tarifas más competitivas en plataformas digitales, y costos menores en los servicios de monitoreo. Además, Universal garantiza una mayor solidez operativa gracias a la contratación directa de herramientas líderes, y ofrece valores agregados financieros, como devolución de volúmenes y pauta bonificada, que representan un ahorro real y una mayor eficiencia en la inversión.

Por tanto, UNIVERSAL GROUP constituye la mejor opción, más integral, eficiente y estratégica, optimizando tanto el presupuesto como la calidad y el control en la ejecución de la campaña. Se recomienda adjudicar la contratación a Universal para maximizar el valor y los resultados de la inversión publicitaria de la entidad.

## 5. ESTUDIO DE LA DEMANDA

Se relaciona la contratación histórica de la entidad así mismo de otras entidades, con objeto similar a la contratación que se adelanta.



### 5.1 Históricos en la contratación similar al objeto contractual actual en Capital

Una vez revisados los históricos de la entidad, a continuación, se relacionan los contratos que poseen relación con el presente objeto:

PROVEEDOR	CONTRATO	OBJETO	VALOR	PLAZO
Universal Group	252-2025	"PE-37 8289 Prestar los servicios de adquisición y negociación de espacios publicitarios en medios locales, regionales, nacionales y/o internacionales, alternativos, indígenas, comunitarios, convencionales y no convencionales, para atender los requerimientos propios del canal y de los diferentes clientes de Canal Capital.",	\$1.500.000.000	9 meses
Consorcio Nacional de Medios	485-2024	PE - 111 Prestar servicios de planificación, adquisición y monitoreo de espacios publicitarios en medios locales, regionales, alternativos, indígenas y/o nacionales, así como desarrollar contenidos para medios convencionales y no convencionales, integrando estrategias multimedia y digitales, de conformidad con los requerimientos de Canal Capital y sus clientes.	\$900.000.000	3.5 meses
Pezeta Publicidad	173-2024	Prestar los servicios de adquisición y negociación de espacios publicitarios en medios locales, regionales, alternativos, indígenas y/o nacionales, en medios convencionales y no convencionales e integrados con estrategias multimedios y digitales en caso necesario, para atender los requerimientos propios del canal y de los diferentes clientes de Canal Capital.	\$555.000.000	9 meses
Consorcio Nacional de Medios	473-2023	PE-95 Prestar los servicios de adquisición y negociación de espacios publicitarios en medios locales, regionales, alternativos, indígenas y/o nacionales, en medios convencionales y no convencionales e integrados con estrategias multimedios y digitales en caso necesario, para atender los requerimientos de los clientes de Canal Capital.	300.000.000	4 Meses
Pezeta Publicidad	315-2023	"Prestar los servicios de acompañamiento comercial, planificación estratégica, asesoría digital, contratación de medios y difusión en medios y plataformas digitales para atender las necesidades y requerimientos que surjan al interior de Canal Capital y/o respecto de su respectivo portafolio de clientes".	\$360.000.000	9 meses

De acuerdo con la información relacionada en el cuadro anterior de los históricos de Canal Capital, si bien son similares en cuanto al presente objeto, pueden diferir aspectos técnicos los cuales no permiten que se pueda realizar una comparación, ya que las estrategias de comunicación son únicas y diferentes en cada caso y varían de acuerdo con los requerimientos de los clientes.

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.



	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

## 5.2 Históricos en la contratación similar al objeto contractual actual de otras entidades

Se realizó una verificación en la plataforma SECOP II de las entidades que han adelantado procesos de contratación similares:

ENTIDAD	CONTRATO	OBJETO	VALOR	PLAZO	LINK SECOP
ADRES	ADRES-CTO-789-2024	Prestar los servicios de central de medios para realizar el diseño y ejecución de un plan de divulgación de contenidos sobre los temas misionales de la ADRES a través de diferentes medios de comunicación nacionales locales y comunitarios, internet y redes sociales. ID_822.	\$300.000.000	2 meses	<a href="https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6791716&amp;isFromPublicArea=True&amp;isModal=true&amp;asPopupView=true">https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6791716&amp;isFromPublicArea=True&amp;isModal=true&amp;asPopupView=true</a>
MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA	CD-0638-2024	Prestar servicios de agencia de medios para la pre-producción y postproducción de programas y/o mensajes audiovisuales, radiales, piezas gráficas y contenidos y su divulgación a través de diferentes medios	\$1.035.190.718	2 meses	<a href="https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6991027&amp;isFromPublicArea=True&amp;isModal=true&amp;asPopupView=true">https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.6991027&amp;isFromPublicArea=True&amp;isModal=true&amp;asPopupView=true</a>
INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO	CTO.181-2024	Prestar los servicios de agencia central de medios para la promoción y difusión de Bogotá como destino turístico en medios de comunicación tradicionales y no tradicionales a nivel nacional e internacional.	\$640.500.000	7 meses	<a href="https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5929494&amp;isFromPublicArea=True&amp;isModal=true&amp;asPopupView=true">https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.5929494&amp;isFromPublicArea=True&amp;isModal=true&amp;asPopupView=true</a>
COMISIÓN NACIONAL DEL SERVICIO CIVIL	CTO. 401 de 2023	Prestar los servicios de agencia de medios y comunicaciones para apoyar la divulgación de las actividades, programas y políticas relacionadas con la administración y vigilancia de la carrera administrativa	\$324.800.000	165 días	<a href="https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.4574198&amp;isFromPublicArea=True&amp;isModal=true&amp;asPopupView=true">https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/OpportunityDetail/Index?noticeUID=CO1.NTC.4574198&amp;isFromPublicArea=True&amp;isModal=true&amp;asPopupView=true</a>
DIAN	SAMC-00-013-2022	Servicio de central de medios, así como la planeación, diseño, producción y ejecución de las estrategias creativas de la DIAN	\$968.516.885	8 meses	<a href="https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticeManagement/Index?currentLanguage=es-CO&amp;Page=login&amp;Country=CO&amp;SkinName=CEE">https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticeManagement/Index?currentLanguage=es-CO&amp;Page=login&amp;Country=CO&amp;SkinName=CEE</a>

Una vez realizada la búsqueda en la plataforma Secop II de contratos realizados por otras entidades, se puede evidenciar que en cuanto a objetos similares (no iguales) a la presente contratación es reiteradamente utilizado. Sin embargo, se concluye que no se encuentran procesos de selección con características iguales a las requeridas en la presente contratación, toda vez que difieren aspectos como cuantías, plazos, lugar de ejecución, actividades a realizar en cada contratación, los medios de difusión, entre otros. De tal forma que los mismos no se pueden tener en cuenta para realizar un análisis comparativo.

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>CÓDIGO: AGC-CN-FT-063</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 01</b>	
		<b>FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025</b>	
		<b>RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL</b>	

## 6. Gestión anti-soborno

La gestión anti soborno en el marco del proceso contractual se realizará conforme los lineamientos establecidos por Canal Capital en la Política Integral de Transparencia y Acceso a la Información, Lucha contra la Corrupción y Gestión Anti Soborno.

## 7. DEFINICIÓN DEL PRESUPUESTO

Teniendo en cuenta el análisis realizado en el numeral 4 del presente documento, Canal Capital realizó una proyección de presupuesto, la cual inicialmente para la prestación de servicios tendrá un valor de **MIL MILLONES DE PESOS M/CTE. (\$1.000.000.000)** incluido IVA y todos los impuestos a los que haya lugar, para atender las necesidades derivadas de los Contratos Interadministrativos vigentes, además de atender de manera oportuna las necesidades derivadas de futuros contratos que celebre Canal Capital y que tenga la necesidad de atender durante el primer semestre de 2026,

El presupuesto proyectado se ejecutará de manera flexible y conforme a las necesidades directas de los clientes de Canal Capital que cuentan con contratos interadministrativos vigentes, atendiendo los requerimientos específicos de difusión, planificación y contratación de medios que se deriven de cada uno de ellos. La ejecución estará sujeta a los saldos disponibles y a los plazos de ejecución de cada contrato, garantizando una adecuada programación, control y optimización de los recursos públicos, de acuerdo con la planeación mensual definida por cada entidad contratante y hasta el agotamiento de los recursos asignados.

Así mismo, de acuerdo con las proyección de ejecución de las entidades y soportada en el remanente de los contratos, se proyectó una inversión en este medio por cada una de ellas así:

<b>INVERSIÓN EN PRENSA / DIGITAL</b>	
<b>CLIENTE</b>	<b>VALOR PROYECTADO</b>
SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE - SCR D	\$600.000.000
INSTITUTO DISTRITAL DE RECREACIÓN Y DEPORTE - IDR D	\$250.000.000
UAECD / FUGA / CATASTRO / C.I. FUTUROS	\$150.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.000.000.000</b>



## 8. ANÁLISIS DE RIESGO

Los riesgos considerados para la contratación se encuentran definidos en el Anexo documento denominado: **MATRIZ DE RIESGOS**, el cual hace parte integral del proceso.


## 9. ANEXOS

Para el análisis del presente documento, se tienen en cuenta los mismos anexos que están incluidos en la carpeta precontractual, como parte integral del proceso.

- Anexo técnico
- Cotizaciones

	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	CÓDIGO: AGC-CN-FT-063	
		VERSIÓN: 01	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/03/2025	
		RESPONSABLE: GESTIÓN CONTRACTUAL	

Firma:

Responsable	Nombre y Cargo	Firma
Profesional análisis del sector Secretaría general	Contratista- Jenny Marisol Barahona Gutiérrez	
Contratista Project Manager Ventas y Mercadeo	Rocío Capador Riaño	