Educación	**ANÁLISIS DEL SECTOR CONTRATACIÓN DIRECTA** **(Excepto contratación Directa por prestación de servicios y Decreto 092 de 2017)**	**Código: CN**-FT-70 **Versión**: 04 Rige a partir de su publicación en el SIG

Capítulo I: ÁREA GESTORA		
1. Datos del área Gestora:	Dependencia solicitante:	Oficina Asesora de Comunicaciones
	Elaborado por	Maria Angela Guevara Vence
2. Datos proyecto:		
Eje de política al cual está vinculada la necesidad:		COMUNICACIONES
Nombre del proyecto		Fortalecimiento de la gestión institucional y buen gobierno del Ministerio de Educación Nacional
		Fortalecimiento de las capacidades y condiciones de bienestar que dignifiquen la labor docente en educación inicial, Preescolar, Básica y Media Nacional. Transformación de la educación inicial, preescolar, básica y media con enfoque integral para la reducción de desigualdades y construcción de paz.
		Mejoramiento de las condiciones de infraestructura de las instituciones de educación superior públicas. Fortalecimiento de los procesos de fomento de la educación superior para mejorar las condiciones institucionales que garanticen equidad en el acceso, permanencia y pertenencia en la educación superior.
Nº de proceso en el plan de compras:		**PLC – 2026 - 0813**
3. Objeto		Realizar proyectos audiovisuales, radiales, planes y monitoreo de medios de comunicación para difundir las acciones del Ministerio de Educación Nacional
4. Índice del Instrumento.	A. Aspectos Generales B. Histórico de Contratación	

INTRODUCCION

La función de compras debe estar orientada a satisfacer las necesidades de la Entidad Estatal y a obtener el mayor valor por el dinero público, por lo que a través de este instrumento y en cumplimiento de la obligación legal del Ministerio de Educación Nacional de analizar el mercado relativo al objeto del proceso de contratación, como entidad pública del orden nacional, según el artículo 2.2.1.1.1.6.1 del decreto 1082 de 2015, se procede a desarrollar el análisis del sector alrededor del objeto del proceso siguiendo los lineamientos de la Agencia Nacional de Contratación Estatal – Colombia Compra Eficiente.

A. ASPECTOS GENERALES

Necesidad del servicio:

La educación se concibe como un **derecho humano fundamental, un bien público esencial y una herramienta estratégica para el desarrollo del país**, en coherencia con las metas nacionales planteadas en el periodo 2022–2026. La educación representa no solo el acceso al conocimiento, sino también la posibilidad de construir una sociedad más justa, equitativa, pacífica y basada en oportunidades reales para todas las personas, sin distinción de territorio, condición socioeconómica, género, etnia o diversidad cultural.

La educación se entiende como un proceso integral que busca:

- Garantizar trayectorias educativas completas desde la primera infancia hasta la educación superior.
- Reducir brechas históricas entre zonas rurales y urbanas.
- Asegurar permanencia y evitar la deserción escolar.
- Impulsar la formación ciudadana, la cultura de paz, la reconciliación y la resolución pacífica de conflictos.
- Promover el acceso a la ciencia, la tecnología, la innovación y la cultura.
- Fortalecer el sistema educativo público como columna vertebral del desarrollo nacional.

Asimismo, en 2026 la educación se proyecta como el eje para:

- **Mejorar la movilidad social**, ampliando oportunidades para jóvenes y adultos.
- **Consolidar una economía basada en el conocimiento**, en línea con las transformaciones productivas del país.
- **Promover la inclusión y la diversidad**, reconociendo identidades, saberes y territorios.
- **Afirmar la democracia**, mediante la participación informada y el pensamiento crítico.

En síntesis, para los colombianos en la vigencia 2026, la educación **no es solo un servicio**, sino una política de Estado que permite acceder a derechos, mejorar la calidad de vida, construir paz territorial y avanzar hacia un proyecto colectivo de país, tal como lo plantea la visión de *Colombia Potencia Mundial de la Vida*.

La oferta educativa se ejecutará bajo la indelegable inspección y vigilancia del Estado, para garantizar el carácter de la educación como bien común y velar por el cumplimiento de sus elementos esenciales, principios y fines.

Teniendo en cuenta que la Educación no solo es un derecho fundamental básico para la construcción de cualquier sociedad, el cual se orienta en los siguientes principios: **Equidad, Universalidad, Inclusión, Igualdad, Pertenencia, Progresividad, Sostenibilidad, Transparencia, Enfoque de género etc.** El Ministerio de Educación Nacional se ha propuesto fortalecer el sistema de educación público desde la Primera Infancia hasta la Educación Superior, Para lograr esta meta, el Ministerio de Educación Nacional se propuso lo siguiente:

- Proyecto de ley estatutaria y reforma a la Ley 30.
- Política de gratuidad. Con la campaña #mejor estudiaren las Universidad en tu territorio, para hacer de la educación la fuerza transformadora de Colombia.
- Aumento sustancial en la cobertura de educación superior en 150 mil nuevos cupos para jóvenes en la vigencia 2026.
- Universalización del programa de alimentación escolar, es decir que el PAE + MÁS sea un sustento de la seguridad alimentaria en gran parte del territorio nacional.
- La llegada de la universidad de la paz que beneficiará a 5.000 estudiante de los departamentos de Cundinamarca, Calda, Tolima, Boyacá, Santander.
- Todos los temas de infraestructura, plan ambicioso haciendo énfasis en el mejoramiento de escuelas rurales con conectividad.
- La educación juega un papel fundamental en la convivencia en aclimatar la paz y la reconciliación en nuestro país, una cultura distinta de reconciliación, en un país lleno de conflicto
- Llevarla cultura y deportes en jornadas ampliadas en escuelas y colegios de todo el país.

Fuente: EL plan de desarrollo 2022-2026 (https://www.mineducacion.gov.co/portal/micrositios-institucionales/Plan-Nacional-de-Desarrollo-2022-2026/)

En consecuencia y de acuerdo con el Plan Estratégico Institucional, el reto para la entidad es posicionar la educación de calidad como un propósito nacional, y de acuerdo con lo plasmado en el Programa de Gobierno 2022-2026 "Colombia Potencia Mundial de la Vida".

La educación es un tema que facilita acuerdos nacionales e internacionales y convoca a los actores públicos y privados, quienes concuerdan en que la educación es la principal herramienta para promover el desarrollo económico y social del país.

Por eso, desde los diferentes sectores existen iniciativas para contribuir a que Colombia tenga un mejor sistema educativo, de calidad y con acceso universal, Para hacer de Colombia una potencia mundial de la vida proponemos una visión de educación que parte de una idea: la paz y la educación son un solo proyecto, una educación humanista, confiada en la capacidad colectiva de resolver nuestros asuntos más urgentes; una educación que nos lleva a una sociedad en paz y a una economía basada en el conocimiento.

Brindaremos educación de calidad desde los primeros años hasta la educación media, tomando las decisiones necesarias para cuidar a nuestras maestras y maestros, mejorando nuestra infraestructura y ampliando la jornada única. Además, haremos una revolución en el acceso a la educación superior, para que la transición de la niñez a la juventud sea en favor de la vida.

Para poder llevar a cabo la agenda educativa propuesta por el Ministerio es indispensable articular a todos los actores para promover la complementariedad de las acciones, duplicar esfuerzos y sobre todo, construir una visión conjunta del futuro de la educación del país, que permita generar mayores impactos.

En virtud de lo anterior, se busca que el Ministerio continúe posicionándose como el articulador de los aliados del sector educativo y se aproveche las buenas prácticas desarrolladas en el país para ubicar a Colombia como referente en educación y acceder a información estratégica e institucional del sector educativo.

En este contorno, dentro de las principales funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones, según el Decreto 2269 del 29 de diciembre de 2023, se encuentran:

Asesorar al MINISTERIO en la formulación de política de comunicación y de relacionamiento estratégico del Ministerio para la divulgación de información sobre la gestión institucional y del sector educación.

- Diseñar y ejecutar planes, programas, mecanismos y acciones de comunicación interna y externa del Ministerio.

- Preparar y publicar en los medios de comunicación la información generada por las diferentes dependencias, en cumplimiento de los objetivos institucionales del Ministerio.

- Establecer y coordinar las relaciones con los medios de comunicación nacional e internacional, para mantener espacios abiertos de divulgación que den cuenta de la gestión del Ministerio y del sector educación.

- Diseñar y administrar los contenidos de la página web del Ministerio de acuerdo con los lineamientos y normatividad vigente establecidos por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

- Estructurar en coordinación con las dependencias del Ministerio, campañas de difusión y socialización de la oferta de servicios de la Entidad que garanticen el acceso adecuado y oportuno de la información.

- Asesorar a las secretarías de educación, entidades territoriales certificadas en educación y entidades adscritas y vinculadas sobre la estrategia de comunicación y difusión de la gestión en el sector educación.

- Coordinar las acciones de análisis y monitoreo en el entorno de la información que se divulguen a través de los diferentes medios en relación con el Sector educación.

- Promover y orientar el uso de la imagen institucional de conformidad con los lineamientos del Gobierno Nacional.

- Las demás inherentes a la naturaleza de la dependencia y las que le sean asignadas por las normas legales.

Desde esta perspectiva, El Ministro, los Viceministros, la Oficina Asesora de Comunicaciones y el Ministerio de Educación en general, lideran la gestión de la comunicación desde un enfoque estratégico, se establecen lineamientos de comunicación, se planifican las actividades de comunicación, se asesora a las áreas, se acompañan los proyectos en los aspectos de comunicación, se articulan esfuerzos, se gestionan recursos y se evalúan los procesos y los resultados alcanzados por la Oficina a través de cada una de las acciones propuestas para cumplir con la divulgación de la gestión del Ministerio mediante comunicados, notas periodísticas, ruedas radiales, entrevistas que hacen parte de los indicadores en el Sistema Integrado de Gestión y el Plan de Acción Institucional del Ministerio.

En cumplimiento de lo anteriormente señalado, la Oficina Asesora de Comunicaciones necesita contratar los servicios de comunicación y producción para cumplir con los objetivos establecidos, toda vez que la Oficina no cuenta con la infraestructura para realizar las producciones de sus programas institucionales y es necesario adquirir estos servicios a través de un proveedor que cuente con la experiencia en planes de medios, streaming preproducción, producción y postproducción, y emisión de contenidos educativos y culturales que promueven, fortalecen y fomenten la participación democrática y la construcción de una sociedad que posea una identidad educativa y cultural a nivel nacional, especialmente en fomentar la paz en la educación, la cultura ciudadana y la resolución sana de conflictos en las aulas escolares y universitarias.

Asimismo, la Oficina Asesora de Comunicaciones como responsable del Macroproceso Gestión de Comunicaciones, trabaja para garantizar la difusión e intercambio oportuno, transparente y eficaz de mensajes e información del Ministerio de Educación Nacional con los diferentes grupos de interés mediante la formulación, diseño y ejecución de planes y estrategias de comunicación (organizacional, corporativa, informativa, y de medios de comunicación), la asesoría en comunicación para la movilización, el relacionamiento y las acciones de divulgación y de sensibilización, con el fin de entregar insumos para la toma de decisiones y contribuir al posicionamiento de la política educativa nacional y del cumplimiento de sus objetivos, conforme se observa en el siguiente modelo conceptual.

La educación en Colombia ha experimentado una evolución significativa en las últimas décadas, enfrentando desafíos estructurales, pero también logrando avances importantes. A continuación, se detalla un panorama general sobre la educación en el país:

Estructura del Sistema Educativo

El sistema educativo en Colombia se organiza en diferentes niveles:

1. **Educación inicial y Preescolar**: Comprende los primeros años de formación, desde los 3 hasta los 5 años. No es obligatoria, pero es fundamental para el desarrollo temprano de los niños.

2. **Educación Básica Primaria**: Se extiende de primero a quinto grado, cubriendo a niños de 6 a 10 años aproximadamente. Es obligatoria y gratuita en instituciones públicas.

3. **Educación Básica Secundaria**: Va de sexto a noveno grado y es obligatoria. Los estudiantes suelen tener entre 11 y 14 años.

4. **Educación Media**: Comprende los grados décimo y undécimo, donde los jóvenes se preparan para acceder a la educación superior o al mercado laboral.

5. **Educación Superior**: Se ofrece en universidades, instituciones técnicas y tecnológicas. Existen títulos de pregrado, posgrado, maestrías y doctorados. Las universidades pueden ser públicas o privadas, y los costos varían significativamente.

Para contribuir al cumplimiento de estos desafíos y promover el acceso efectivo de niños, niñas, adolescentes y jóvenes a la educación preescolar, básica y media, en el marco del fomento de la oferta educativa nacional y regional, la Oficina Asesora de Comunicaciones ha creado una estrategia especial para informar todo lo relacionado con el proceso de matrículas.

Matrículas: Es el proceso administrativo y legal mediante el cual se inscribe a un niño, niña, adolescente o joven en una institución educativa para acceder a los servicios educativos formales en los niveles de preescolar, básica y media. Este proceso garantiza el derecho a la educación, permitiendo que el estudiante participe oficialmente en el sistema educativo y reciba la formación académica correspondiente.

Los objetivos de la estrategia de matrícula entre otros es brindar información:

- **Transparente:** Proporcionando datos accesibles, abiertos y veraces, garantizando que no existan barreras para acceder a información relevante.
- **Equitativa:** Asegurando que las acciones y políticas promuevan la igualdad de oportunidades, de manera que los beneficios de la estrategia de matrícula lleguen de manera igualitaria a toda la población, sin importar su ubicación o condición socioeconómica.
- **Cercana:** Integrando el mensaje en la vida cotidiana de las comunidades, utilizando narrativas y un lenguaje accesible que permita conectar con la realidad local y promover la participación.

Esta información abarca los procesos de inscripción, calendario, información para migrantes, requisitos, los beneficios de la educación formal y los derechos a la educación, entre otros.

Los componentes claves de la estrategia de matrícula son:

1. **Divulgación y sensibilización:** Se enfoca en informar a los padres, tutores y la comunidad en general sobre la importancia de la matrícula escolar y los pasos para realizarla.
2. **Facilitación de acceso y cobertura:** La estrategia busca facilitar el proceso de matrícula, brindando información clara y comprensible, eliminando barreras que puedan impedir la inscripción, especialmente en zonas rurales y apartadas del país.
3. **Promoción de la permanencia:** Además de promover la inscripción, la estrategia también divulga información que busca garantizar que los estudiantes permanezcan en el sistema educativo, mediante incentivos, seguimiento y apoyo.

Para contribuir y facilitar el cumplimiento de lo anterior, y con el propósito de promover el acceso efectivo de niños, niñas y adolescentes a la educación preescolar, básica y media, en el marco del fomento de la oferta educativa regional, es fundamental divulgar información que permita la apropiación de los programas y proyectos desarrollados por el Ministerio. En particular, resulta crucial que los ciudadanos conozcan y accedan a los procesos de matrícula, pues esto garantiza una mayor cobertura educativa y fortalece el acceso equitativo a la educación.

Para tal fin, se considera pertinente la divulgación en medios masivos (radio y televisión), medios digitales (plataformas en línea, redes sociales y portales web), así como en medios comunitarios y alternativos en diversas regiones del país. Esta estrategia permitirá dar a conocer las ofertas, programas y proyectos estratégicos del Ministerio, junto con las iniciativas destinadas a fortalecer la educación en Colombia. Además, contribuirá al fortalecimiento de la profesión docente, al aumentar el número de estudiantes en las aulas y mejorar la calidad educativa.

Es necesario un servicio de divulgación que promueva la matrícula escolar, es indispensable para garantizar que todos los niños y niñas y adolescentes tengan acceso a la educación básica. Esta estrategia tiene como objetivo sensibilizar y movilizar a las comunidades, padres y cuidadores sobre la importancia de inscribir a sus hijos en el sistema educativo, promoviendo la cobertura educativa en todas las regiones del país, con especial énfasis en las zonas rurales y vulnerables.

Por lo anterior es fundamental implementar una estrategia de difusión que informe ampliamente sobre "Poder pedagógico popular" haciendo énfasis en las becas a otorgar por el Ministerio de Educación Nacional, lo cual permite a los educadores fortalecer sus competencias y contribuir de manera significativa a la calidad de la educación. Una divulgación efectiva es esencial para que los docentes interesados accedan a la información necesaria y puedan beneficiarse de estas oportunidades de formación avanzada, alineadas con las metas del Plan Nacional de Desarrollo.

Las estrategas de divulgación incluirán el uso de diversos medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales (radio, televisión, redes sociales), asegurando que la información llegue de manera clara y efectiva a las familias, independientemente de su ubicación geográfica o nivel socioeconómico. Además, la estrategia de matrículas promoverá la equidad, buscando que niños, niñas y jóvenes en condiciones de vulnerabilidad puedan ejercer su derecho a la educación.

Este servicio no solo contribuirá al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en particular el de "Educación de calidad", sino que también fortalecerá las políticas públicas nacionales enfocadas en la reducción de la deserción escolar y en el incremento de la tasa de matriculación, asegurando el bienestar y el futuro de las nuevas generaciones.

El desconocimiento de los tiempos del proceso de matrícula hace que muchos niños, niñas, jóvenes y adolescentes pierdan la oportunidad de estudiar, fundamentados en esta razón se hace necesario informar a toda la ciudadanía en general sobre la estrategia de matrícula, por lo que el Ministerio de Educación necesita contratar el servicio de producción de mensaje, artes, productos audiovisuales y creación divulgación de planes de medios, orientado a publicar en el medio más idóneo (dependiendo de la región) mensajes de interés para la ciudadanía.

El desconocimiento de la Convocatoria para las becas del Fondo 261 ha generado varias consecuencias para los docentes como para el sistema educativo en general. Entre los principales efectos se encuentran:

- **Baja participación**: Muchos docentes interesados en mejorar sus competencias profesionales y avanzar en su formación académica podrían no postularse debido a la falta de información, lo cual reduce el impacto potencial de la estrategia de profesionalización docente.
- **Desigualdad de oportunidades**: Los docentes de zonas rurales o apartadas, quienes suelen tener menor acceso a fuentes de información, podrían quedar excluidos de la convocatoria, profundizando la brecha de acceso a oportunidades de formación avanzada.
- **Impacto limitado en la calidad educativa**: Las becas están diseñadas para fortalecer las competencias pedagógicas y disciplinares de los docentes, lo que a su vez contribuye a mejorar la calidad educativa. Sin una adecuada difusión de la convocatoria, el efecto positivo en el sistema educativo será menor al esperado.

La divulgación es fundamental para ampliar el acceso a la educación, garantizando que todos los niños en Colombia tengan la oportunidad de matricularse, continuar sus estudios y mejorar sus condiciones de vida a través de una educación de calidad.

Aspecto regulatorio:

Para la vigencia 2026, se hace necesario adelantar un proceso contractual que permita contar con una agencia de medios especializada, encargada de ejecutar actividades relacionadas con la difusión y

divulgación de los diferentes proyectos audiovisuales, radiales y planes de comunicación institucional del Ministerio de Educación Nacional (MEN), con el objetivo de promocionar, posicionar y fortalecer la visibilidad de las iniciativas y políticas educativas del país.

La contratación se encuentra enmarcada dentro de un **marco normativo nacional y sectorial** que regula tanto la publicidad institucional como la gestión de la comunicación y la contratación pública en Colombia. Entre los principales instrumentos legales y regulaciones aplicables se encuentran:

- **Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP):**

- Órgano autorregulador que agrupa a la **Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP)**, la **Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA)** y la **International Advertising Association (IAA)**.

- Garantiza el cumplimiento del **Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria**, supervisando que la publicidad institucional y comercial respete principios éticos y normativos.

    - **Código de Publicidad y de Comunicaciones de Mercadeo de la ICC**: establece estándares internacionales de buenas prácticas en comunicación y publicidad.

- **Normatividad de publicidad y divulgación institucional**

    - **Ley 1474 de 2011**: fortalece los mecanismos de control de la gestión pública y previene actos de corrupción; el artículo 10 regula específicamente el presupuesto destinado a publicidad institucional.
    - **Decreto 4326 de 2011**: reglamenta la Ley 1474 en cuanto a que las entidades públicas pueden realizar divulgación directa o indirecta de sus programas y políticas.
    - **Decreto 975 de 2014**: establece lineamientos para la publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes, garantizando protección en su calidad de consumidores.
    - **Decreto 1369 de 2014**: define los requisitos que debe cumplir la publicidad que resalte cualidades ambientales de productos o servicios.
    - **Ley 1480 de 2011** (octubre 12) Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones
    - **Decreto 975 de 2014** (mayo 28) Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores.

- **Normatividad sectorial y tecnológica**

    - **Ley 182 de 1995**: reglamenta el servicio de televisión, fomenta el desarrollo de la industria audiovisual y establece normas para la contratación de servicios de difusión.
    - ***Ley 1978 de 2019****: moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), distribuye competencias y crea un regulador único, garantizando el adecuado uso de plataformas tecnológicas para difusión de contenidos educativos.*

- **Contratación pública y estudios de mercado**

    - **Decreto 1600 de 2024**: establece la obligatoriedad de realizar estudios de mercado público y abierto para todo proceso contractual, garantizando transparencia, competencia y equidad en la selección del contratista encargado del plan de medios.

- **Principios generales**

    - La contratación y ejecución del plan de medios se regirá por los principios de **legalidad, transparencia, eficiencia, economía y responsabilidad fiscal**, asegurando que los

recursos públicos destinados a la comunicación institucional se utilicen de manera efectiva y en cumplimiento de los objetivos estratégicos del MEN.

Sectores Económicos – Vigencia 2026

La economía colombiana se estructura en diferentes sectores que permiten clasificar las actividades productivas y de servicios según su función principal. Para la vigencia 2026, los principales sectores económicos son los siguientes:

Sector Primario:

Este sector agrupa las actividades orientadas a la **extracción y aprovechamiento de los recursos naturales**, generando materias primas que pueden ser utilizadas para el consumo directo o transformadas en procesos industriales. Dentro de este sector se incluyen actividades como:

- Agricultura y horticultura
- Ganadería, caza y pesca. Piscicultura y acuicultura
- Silvicultura y aprovechamiento forestal
- Además, participan actores económicos como industrias de procesamiento primario, comercializadoras y distribuidoras de insumos naturales.

Sector Secundario o Industrial:

Conocido también como sector de **transformación o manufactura**, este sector se encarga de **convertir las materias primas en productos terminados**, agregando valor a través de procesos industriales. Sus principales áreas son:

- Manufactura y producción industrial
- Minería y extracción de minerales
- Generación y distribución de energía
- Construcción e infraestructura
- Artesanías y productos tradicionales

Sector Terciario:

El sector terciario corresponde a las actividades de **servicios**, que proveen bienes intangibles demandados por la población. Este sector es el más amplio y diverso y ha experimentado transformaciones significativas en la economía moderna. Sus componentes incluyen:

- Servicios públicos y sociales
- Educación y formación académica
- Transporte y logística
- Comunicaciones y medios de información
- Turismo, hospedaje y restauración
- Servicios financieros, bancarios y de seguros
- Cultura, arte, entretenimiento y deporte
- Comercio y servicios de venta asociados al consumo

Sector Cuaternario:

Subsector derivado del terciario, enfocado en la **economía del conocimiento y las actividades intelectuales**. Se caracteriza por generar valor a partir de la información, la tecnología y la innovación, e incluye:

- Consultorías y planificación estratégica
- Tecnologías de la información y comunicación (TIC)
- Investigación y desarrollo (I+D)

- Análisis de datos y Big Data

Sector Quinario:

También derivado del terciario, este subsector se centra en **la toma de decisiones estratégicas y la gestión de proyectos de alto impacto**, incluyendo actividades de liderazgo y dirección en diversos ámbitos. Sus principales actores son:

- Altos directivos de empresas y organizaciones
- Líderes de gobierno y políticas públicas
- Directivos de ONG y fundaciones
- Expertos en innovación y liderazgo tecnológico

Estos sectores económicos permiten comprender la estructura productiva del país, identificar oportunidades de inversión y desarrollo, y establecer estrategias de política pública para fomentar el crecimiento sostenible y la equidad en el territorio colombiano.

AGENTES QUE COMPONEN EL SECTOR

En la producción de programas para el servicio público de televisión intervienen instancias gubernamentales, privadas, de naturaleza mixta y particulares (personas naturales).

Instancias gubernamentales

Las instancias gubernamentales que inciden en aspectos de política pública, regulación, vigilancia y control, son:

- Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación – MINTIC -, entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Autoridad Nacional de Televisión - ANTV-, que incluye dentro de sus funciones las de adjudicar las concesiones, licencias de servicio y espacios de televisión y promover y desarrollar la industria de la televisión.
- Comisión de Regulación de las Comunicaciones – CRC –, la cual debe promover la competencia, evitar el abuso de posición dominante y regular los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones.
- Agencia Nacional del Espectro – ANE – se encarga de planear estratégicamente el uso del espectro radioeléctrico, así como su vigilancia y control en todo el territorio nacional colombiano.
- Radio Televisión Nacional de Colombia – RTVC –, entidad a cargo de operar la emisión de los canales públicos de Televisión Nacional y Regional y de programar y producir los contenidos de los canales Señal Colombia y Señal Institucional.
- Dirección Nacional de Derecho de Autor, que diseña, dirige, administra y ejecuta las políticas gubernamentales en materia de derecho de autor y derechos conexos.
- Superintendencia de Industria y Comercio – SIC – que tiene entre otras funciones la de fortalecer los procesos de desarrollo empresarial y los niveles de satisfacción del consumidor colombiano.
- Superintendencia de Sociedades, que ejerce la inspección, vigilancia y control de las sociedades mercantiles.

COMPORTAMIENTO DEL SECTOR TERCIARIO

El plan de medios y el monitoreo de medios se inscriben dentro del **sector terciario** (también conocido como sector de servicios), cuyo alcance es amplio: incluye servicios empresariales, inmobiliarios, financieros, de seguros, telecomunicaciones, educación privada, salud privada, servicios culturales, entretenimiento, transporte, alojamiento, entre otros.

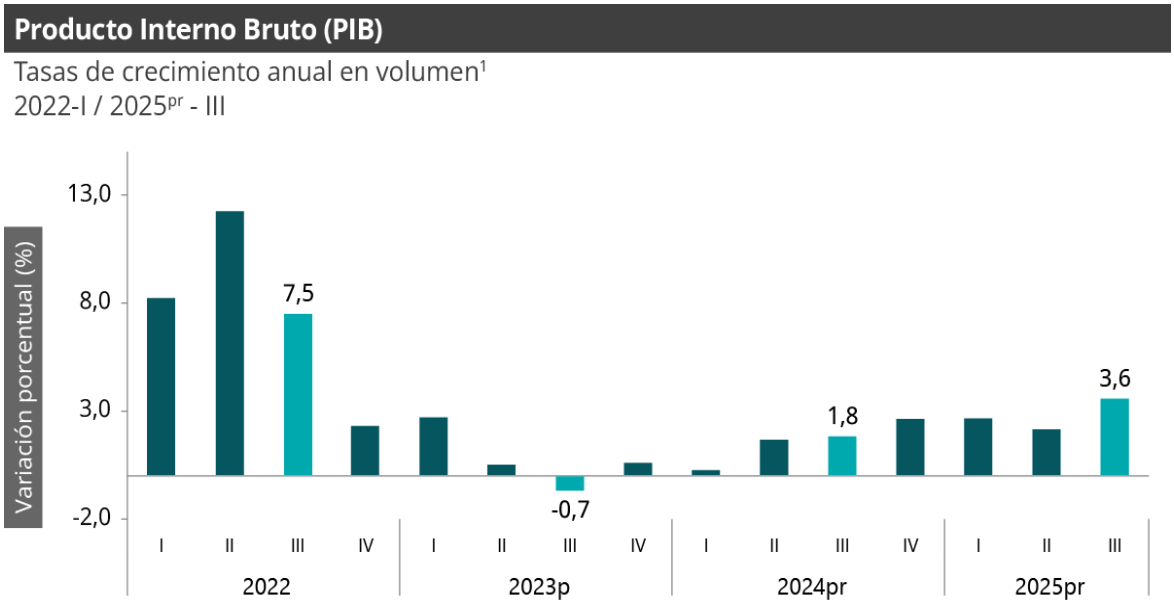
El sector terciario en Colombia ha ido ganando relevancia en los últimos años, gracias a su capacidad para generar empleo, producir valor agregado y responder a necesidades cotidianas de la población. Su dinamismo lo convierte en uno de los pilares de la economía nacional.

Según los datos más recientes del DANE:

- En el tercer trimestre de 2025, la economía creció 3,6 % interanual, impulsada en buena medida por el sector servicios
- Dentro del sector terciario, ramas como comercio y reparación; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida mostraron un desempeño destacado, con crecimiento cercano al 5,1 %.
- También tuvieron un buen desempeño actividades asociadas a lo público/social: administración pública, educación, salud y servicios sociales.

Este comportamiento confirma que el sector servicios sigue siendo un motor clave de la recuperación económica, y su expansión beneficia no solo a ámbitos tradicionales como comercio o transporte, sino también a sectores de servicios sociales, culturales y tecnológicos.

Por su naturaleza diversificada, el sector terciario representa un entorno favorable para actividades como la producción audiovisual, medios de comunicación, telecomunicaciones ya que muchas de estas ramas dependen del dinamismo general del sector de servicios.



Fuente: DANE, PIB_T
1: Series originales encadenadas de volumen con año de referencia 2015
pr: preliminar
p: provisional

Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)

Índices con año de referencia 2015
Datos originales
2005 - 2025[pr] septiembre

Concepto	2025[pr]								
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Actividades primarias	**103,5**	**98,8**	**105,9**	**98,9**	**102,6**	**100,6**	**109,8**	**112,2**	**108,7**
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; Explotación de minas y canteras	103,5	98,8	105,9	98,9	102,6	100,6	109,8	112,2	108,7
Actividades secundarias	**90,1**	**94,9**	**95,6**	**91,5**	**101,1**	**92,9**	**101,3**	**101,1**	**98,7**
Industrias manufactureras; Construcción	90,1	94,9	95,6	91,5	101,1	92,9	101,3	101,1	98,7
Actividades terciarias	**127,1**	**129,2**	**136,7**	**135,6**	**136,8**	**136,5**	**143,2**	**137,9**	**137,1**
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental	119,6	113,7	121,2	117,2	121,4	118,9	125,0	124,4	122,4
Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida	124,3	116,7	127,0	124,9	129,7	127,4	132,9	136,3	128,4
Información y comunicaciones	119,4	123,2	126,8	125,0	126,6	134,4	130,7	126,4	133,2
Actividades financieras y de seguros	150,6	147,0	154,2	154,1	152,9	145,5	157,4	152,5	156,5
Actividades inmobiliarias	127,5	127,6	127,8	128,2	128,5	128,6	128,9	129,1	129,3
Actividades profesionales, científicas y técnicas; Actividades de servicios administrativos y de apoyo	110,7	113,8	119,6	120,0	120,0	122,4	124,7	118,7	119,0
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales; Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio	135,8	150,9	159,7	160,8	158,1	158,0	171,6	154,3	157,9
Indicador de Seguimiento a la Economía	**116,3**	**117,9**	**124,1**	**121,4**	**124,3**	**122,5**	**129,9**	**126,9**	**125,4**

Fuente: DANE, ISE

[pr]preliminar

[p]provisional

Actualizado el 18 de noviembre de 2025

Con base en lo anterior, el sector de la producción audiovisual y el monitoreo de medios forma parte del sector terciario de la economía

El sector de producción audiovisual y monitoreo de medios es estratégico dentro del sector terciario, destacando el talento creativo y la capacidad de producción de Colombia, por lo que la industria enfrenta alta competitividad y transformaciones impulsadas por tecnologías y tendencias globales, adaptarse a innovaciones, explorar temáticas de alcance internacional y fortalecer la presencia en mercados globales será clave para mantener la competitividad del país.

Requerimientos, condiciones o descripción del servicio requerido:

En la vigencia 2026, el Ministerio de Educación Nacional (MEN) requiere la contratación de servicios de preproducción, producción y postproducción audiovisual, así como la elaboración e implementación de planes de medios convencionales y de plataformas digitales. Estos planes permiten captar la atención de públicos específicos, con las diferentes campañas, innovando en la forma de divulgar el conocimiento de manera creativa y efectiva con el fin de llegar a la ciudadanía colombiana en general.

Entre los canales más relevantes se incluyen redes sociales (Instagram, X, TikTok y YouTube), televisión, radio, prensa, plataformas digitales y medios comunitarios, lo que facilita alcanzar a diversos públicos con contenidos estratégicos.

Asimismo, estos medios se emplean para difundir contenido educativo, comunicar las acciones misionales del MEN y ejecutar la estrategia de comunicación en medios masivos, fortaleciendo la presencia institucional y promoviendo el acceso a la educación de manera innovadora y efectiva**.**



RADIAL: Es un medio de comunicacin, que se necesita para divulgar mensajes institucionales tanto Nacional - Regional y comunitarias.



PRENSA: Es un medio de comunicación, que sirve para comunicar o públicar un mensaje institucional - Nacional o Regional



TELEVISIÓN: Medio de comunicación -transmisión en canal institucional o regional



LAS PLATAFORMAS DIGITALES son entornos virtuales que permiten interactuar, compartir información



Medios Alternativos : Redes sociales más convencionales, como **Instagram**, X, **TikTok** y **YouTube**,

Las cantidades por requerir para la vigencia 2026 fueron establecidas por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicación, en estrecha coordinación con los viceministerios de Educación Básica y Superior, a través de mesas de trabajo en las que se identificaron y priorizaron las necesidades de cada área. Este proceso se realizó teniendo en cuenta los objetivos estratégicos del Ministerio de Educación Nacional (MEN) en materia de promoción y divulgación de las políticas educativas, así como del fortalecimiento del posicionamiento institucional.

La estrategia de comunicación, basada en la promoción activa y la difusión eficaz de las políticas educativas del MEN, se diseñará para garantizar que los mensajes clave lleguen de manera efectiva a los distintos públicos. Este esfuerzo de divulgación será fundamental para visibilizar la labor desempeñada por los servidores de la entidad, los docentes y el Gobierno Nacional en su conjunto, en relación con los avances y logros en el ámbito educativo.

Asimismo, se continuará con la estrategia "Mejor Estudiar", la cual ha permitido la articulación y estimación de los contenidos específicos que se distribuirán a través de medios de comunicación tradicionales, como prensa, radio, televisión y radios comunitarias, así como en redes sociales y plataformas digitales. Este enfoque multicanal busca garantizar que la ciudadanía tenga un conocimiento claro sobre los esfuerzos del Gobierno Nacional para garantizar el derecho a una educación gratuita, de calidad y equitativa para todos los colombianos.

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad
RADIO	NACIONAL	Duración de mensaje 30"- Menciones Remotos	120
	REGIONAL	Duración de mensaje 30" Menciones Remotos	10000
	COMUNITARIOS	Duración de mensaje 30" Menciones Remotos	6000
PRENSA	NACIONAL	Publicaciones en medios nacionales/digital Múlltiples formatos Aviso página, 1/2 página, 1/4 página Artículos de opinión Editorial Publireportaje Columna Anuncios en periódicos, revistas o suplementos especiales. Publicaciones de doble página o reportajes patrocinados.	7
	REGIONAL	Publicaciones en medios nacionales/digital Múltiples formatos Aviso página, 1/2 página, 1/4 página Artículos de opinión Editorial Publirreportaje Columna	3
TELEVISIÓN	Canales nacionales	Spot (Duración entre 10 y 60 segundos) Transmisión de dos (2) horas Publirreportaje Patrocinio Product Placement Bumper Publicidad Estática Sobreimpresiones Entrevistas en noticieros / programas de opinión	40
	Canales regionales	Spot (Duración entre 10 y 60 segundos) Transmisión de dos (2) horas Publirreportaje Patrocinio Product Placement Bumper Publicidad Estática Sobreimpresiones Entrevistas en noticieros / programas de opinión	100
	Canales Comunitario	Spot (Duración entre 10 y 60 segundos) Transmisión de dos (2) horas Publirreportaje Patrocinio Product Placement Bumper Publicidad Estática Sobreimpresiones Entrevistas en noticieros / programas de opinión	200

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad
PLAN DIGITAL	REDES SOCIALES	Pauta digital para RRSS Facebook- Instagram (Meta Ads) YouTube, Display (Google Ads) X (Business X) TikTok de 2000 salida	1
VIDEO GRABADO CON ACTORES Y LOCACIÓN	COMERCIAL TV	Preproducción, producción y postproducción de video grabado con actores y locaciones de hasta 1 minuto 30 segundos de duración. Incluye: Creatividad, director general, director de arte, director de fotografía, productor general, asistente de producción, actores principales 2 por video, actores figurantes 2 por video, extras 5 por video, locutor, música de stock, maquillaje, cámara 4k Luces, personal técnico, sonidista con equipo, gastos de producción y de arte, alquiler de locación 2 x video, alimentación equipo de producción, transporte de preproducción en Bogotá (van 6 pasajeros), transporte de producción en Bogotá 2 x video van 12 pasajeros, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de Graficación con operario, sala de postproducción de audio	10
VIDEO GRÁFICO		Realización de preproducción, producción y postproducción de una (1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos.Incluye: Creatividad, director general, asistente de producción, locutor, música de stock, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de graficación con operario, sala de iIlustración, sala de postproduccion de audio.	1
STREAMING EN BOGOTÁ:		Transmisión vía streaming a 3 cámaras por un día en Bogotá. Incluye: Productor de Transmisión (staff), puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, gastos de producción, transporte en Bogotá (evento y montaje), disco duro.2	6

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad
STREAMING EN OTRAS CIUDADES		Transmisión vía streaming por un día en ciudad principalIncluye: Productor de Transmisión (staff), móvil o puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, tiquetes (Productor para evento y visita tecnica), gastos de manutención producción 1 persona para visita técnica, montaje y evento, transporte en región (visita técnica, montaje y evento), gastos de producción, disco duro.	5
CORRESPONSALÍA CON PERIODISTA		Realización de preproducción, producción y postproducción de una (1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos. Incluye: Creatividad, director general, asistente de producción, locutor, música de stock, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de graficación con operario, sala de Ilustración, sala de postproduccion de audio.	20
PRODUCCION DE PROGRAMAS (Talento Humano, DISEÑADOR, ANIMADOR, COMUNICADOR)		1. profesional en Comunicación social, 1 profesional en diseño gráfico 1. profesional en Animación	12
INTERPRETE DE LENGUA DE SEÑAS		Servicio presencial de interpretación en Lengua de Señas colombiana (LSC), disponible en Bogotá y principales ciudades. El valor final depende de la ciudad y de las condiciones de desplazamiento requeridas.	20
productos y servcios que ofrescan RTVC /Cómo Programas de Radio Nacional de Colombia, Radionica, Transmisiones especiales como Giro de Italia, Mundial de Futbol, Liga Femenina de Futbol, Vuelta a España, RTVC Noticias, El Calentao, Redes sociales de RTVC. Programas habituales y especiales de Señal Colombia. Entre otros		Todos los productos que ofrecen para plan de medio RTVC	1
MONITOREO DE MEDIOS	PLATAFORMA MONITOREO	Proceso continuo de rastreo y análisis de la producción mediática en plataformas tradicionales (prensa, radio, televisión) y digitales (redes sociales, sitios web) para seguir la cobertura de temas, marcas o competidores de interés.	12

Nota 1: Las cantidades e ítems señalados en el presente listado tienen carácter indicativo. La relación de elementos aquí presentada no restringe a la entidad en la solicitud, durante la ejecución del contrato, de servicios, cantidades o productos adicionales o distintos a los especificados.

Clasificador de Bienes y Servicios UNSPSC:

De conformidad con el numeral 2 del artículo 2.2.1.2.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015 el servicio objeto del Contrato se encuentra identificado y codificado en el Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC), así:

GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
(F) Servicios	(83) Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	(11) Servicios de medios de telecomunicaciones	(18) Servicios de televisión	(04) Administración de emisoras de televisión
(F) Servicios	(83) Servicios Públicos y Servicios Relacionados con el Sector Público	(11) Servicios de medios de telecomunicaciones	(19) Servicios de radio	(01) Administración de emisoras de radio
(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(11) Escritura y traducciones	(19) Servicios de noticias y publicidad	(01) Servicios de comunicados de prensa
(F) Servicios	(82) Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes	(13) Servicios fotográficos	(16) Fotógrafos y cinematógrafos	(03) Servicio de producción de videos
(F) Servicios	(43) Difusión de tecnología de información y telecomunicaciones.	(21) Software	(17) Software de consulta y gestión de datos	(31) Analizador de datos

Clasificación de los programas de televisión

Los programas de televisión se clasifican según distintos criterios: fines, origen territorial, audiencias, géneros y formatos, tipo, frecuencia y secuencia de emisión, duración y objetivos comerciales.
Fines del servicio público de televisión
Los fines del servicio público de televisión se encuentran establecidos en la normatividad vigente. De estos fines se deriva que los contenidos audiovisuales deben ser:

a) Formativos
b) Educativos
c) Informativos
d) Recreativos

Aunque la comercialización de espacios no constituye un fin del servicio público, es necesaria para el sostenimiento y desarrollo de los canales y espacios concesionados. Por ello, los contenidos con fines publicitarios y de segmentación de audiencias forman parte de la dinámica del sector. La segmentación de los contenidos también puede estar dirigida por género, clasificándose en: a) contenidos para mujeres y b) contenidos para hombres.

Origen de la producción.

Toda producción de contenidos tiene un origen territorial. Según la nacionalidad de las empresas productoras y la proporción de personal técnico y creativo nacional, los contenidos se clasifican en:
a) Nacionales

b) Extranjeros
c) Coproducciones

Clasificación por audiencia

Los contenidos se diseñan para públicos específicos, determinados por la edad de la audiencia potencial. La clasificación general incluye:
a) Familiares
b) Infantiles
c) Juveniles
d) Adultos

Operadores de televisión abierta radiodifundida

Con excepción de los canales públicos nacionales y regionales, la operación de la televisión abierta radiodifundida se realiza mediante contratos de concesión con una vigencia de diez (10) años. Los operadores del servicio público de televisión radiodifundida en Colombia se clasifican según el cubrimiento de la señal y la naturaleza comercial de su actividad.

Cubrimiento de la señal

Nacionales:

Operadores cuyos canales cubren todo el territorio nacional. En Colombia, los tres operadores en esta categoría son: RTVC, Caracol y RCN. La concesión de Caracol y RCN se otorga mediante licitación pública, mientras que en el caso del Canal Nacional de Operación Pública operado por RTVC, los espacios también se concesionan mediante licitación pública, pudiendo adjudicarse a uno o varios concesionarios.
Regionales:

Operadores cuyos canales cubren regiones específicas. En Colombia existen doce (12) operadores regionales: Antioquia, Atlántico, Bogotá, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Córdoba, Nariño, San Andrés y Providencia, Santander y Valle del Cauca.
Locales:

El servicio público de televisión local opera en un área geográfica limitada al municipio, distrito, área metropolitana o asociación de municipios. Los operadores pueden prestar el servicio con o sin ánimo de lucro.

- **Sin ánimo de lucro:** Pueden ser comunidades organizadas, instituciones educativas, fundaciones, corporaciones o asociaciones sin ánimo de lucro. Este servicio puede prestarse en cualquier ciudad donde haya frecuencias disponibles y la concesión se otorga mediante licencia. Actualmente, hay 24 operadores locales sin ánimo de lucro en el país.
- **Con ánimo de lucro:** Deben constituirse como persona jurídica. Se otorga una concesión para prestar el servicio en ciudades con población entre 100 mil y un millón de habitantes, y hasta dos concesiones en municipios con población superior a un millón de habitantes. Actualmente, hay un canal local con ánimo de lucro en Bogotá (City TV).

Naturaleza empresarial y fines de lucro:

Públicos:

Instituciones estatales que operan canales de radiodifusión abierta de cobertura nacional. RTVC produce, programa y opera:

- Señal Colombia (educativo y cultural)
- Señal Institucional (institucional)

- Canal de Operación Pública

Privados con ánimo de lucro:

Empresas privadas que operan canales nacionales de carácter comercial mediante concesión. En Colombia, los operadores privados de cobertura nacional son Caracol S.A. y RCN S.A.

Privados sin ánimo de lucro:

Exclusivamente en la televisión local. Según el último directorio de la ANTV, existen veinticuatro (24) operadores locales sin ánimo de lucro, distribuidos en 17 municipios y áreas metropolitanas del país.

Mixtos o empresas comerciales e industriales del Estado

La operación de los canales regionales es de carácter público en su operación y comercial en su programación. En la actualidad hay treinta (30) canales regionales y locales de televisión, los cuales son:

Antioquia		
Teleantioquia	Medellín	Teleantioquia
Telemedellin	Medellín	Telemedellin
Cosmovisión	Medellín	Cosmovisión
Canal U	Medellín	Canal U
Canal Une	Medellín	Canal Une
Tele Envigado	Envigado	
Atlántico		
Telecaribe	Barranquilla	Telecaribe
UAC Canal 23	Barranquilla	UAC
Telebaranoa	Baranoa	
Bogotá		
Citytv	Bogotá	Citytv
Canal 13	Bogotá	Canal 13
Canal Capital	Bogotá	Canal Capital
Bogotá		
Teleamiga	Bogotá	Teleamiga
El Kanal	Bogotá	El Kanal
Tv. Centro	Bogotá	Tv. Centro
Canal ABN	Bogotá	Canal ABN
CMB	Bogotá	CMB
Nova Televisión	Bogotá	
Bolívar		
Universidad de Cartagena	Cartagena	
Boyacá		
Arquidiócesis de Tunja	Tunja	
Caldas		
Telecafé	Manizales	Telecafé
Canal Une	Manizales	
Cauca		
Caucavisión	Popayán	
Córdoba		
Nortevisión	Montería	Nortevision

Nariño		
Universidad de Nariño	Pasto	U. de Nariño
San Andrés y Providencia		
Teleislas	San Andrés	Teleislas
Santander		
TRO	Bucaramanga	TRO
Telesantander	Floridablanca	Telesantander
Valle del Cauca		
Telepacífico	Cali	Telepacifico
Canal Universitario	Cali	Universitario

Deber de análisis de la Entidades estatales

El contrato con RTVC responde directamente a la estrategia institucional, garantizando una difusión integral y alineada con las necesidades actuales de la Oficina Asesora de Comunicaciones. De manera complementaria, TEVEANDINA concentra su gestión en la producción de los contenidos y productos comunicacionales requeridos, asegurando eficiencia, coherencia y cumplimiento de los objetivos estratégicos.

El Ministerio de Educación Nacional contempla que RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA (RTVC) es la idónea para desarrollar esta estrategia de matrículas y seguir con la estrategia #Mejor estudiar, ya que cuenta con más de 20 años de experiencia, dicha entidad llega a todo el territorio colombiano, RTVC ofrece todos los servicios de comunicación en post-producción, producción, tiene cobertura nacional en Radio, Televisión e Internet, alianzas con los medios regionales, su propio canal como Señal Colombia y el Canal Institucional. El sistema de medios públicos es más robusto.

Es importante para el Ministerio de Educación Nacional, que la divulgación de todos sus programas y proyectos sea a través de **Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC – Sistema de Medios Públicos),** por ser un operador cuyos canales de televisión abierta radiodifundida cubren todo el territorio nacional y por ser la entidad estatal que opera, produce y programa los canales Señal Colombia (educativo y cultural), y Canal Institucional. El Ministerio viene suscribiendo contrato interadministrativo desde 2013 al 2022 y 2025 con RTVC.

RTVC, como Sistema de Medios Públicos de Colombia, desempeña un papel estratégico en la implementación de las políticas públicas de comunicación del Estado, al garantizar el acceso equitativo a contenidos informativos, educativos, culturales y democráticos en todo el territorio nacional
Desde una perspectiva estratégica, RTVC se posiciona como un medio idóneo para alcanzar audiencias diversas, tanto urbanas como rurales, incluyendo poblaciones históricamente desatendidas por los medios comerciales. Esta característica resulta especialmente relevante para entidades estatales que requieren una difusión amplia, incluyente y con enfoque territorial, garantizando que los mensajes institucionales lleguen de manera efectiva a distintos grupos etarios y socioculturales.

Así mismo, ofrece a los usuarios-ciudadanos acceso gratuito, en vivo y por demanda, a contenidos digitales dentro y fuera del territorio nacional a través de la plataforma RTVC Play. A través de los Planes de Medios esta divulgación también se hará en los canales solicitados por el Ministerio de Educación.

Es importante resaltar que, la Presidencia de la Republica le entrega a RTVC información de primera mano acerca de las directrices de manejo de la información y la imagen del Gobierno Nacional, con el fin de que, a su vez, las apliquen todas las entidades de carácter público con las que están relacionados.

Es de resaltar que RTVC, nos ofrece un FEE servicios de administración equivalente al 9%. En cuanto a las pautas, que sean difundidas en los medios de RTVC, estas no tendrán el cobro del porcentaje del FEE y por ende NO se aplicará tampoco el impuesto al valor agregado IVA de dicho FEE.

RTVC – Sistema de Medios Públicos es una entidad estatal del orden nacional, adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, cuya naturaleza, funciones y objetivos se enmarcan en la Constitución Política de Colombia y en la normativa vigente que regula el servicio público de televisión y radiodifusión sonora.

En este contexto, RTVC cumple las siguientes funciones:

1. **Prestar el servicio público de radiodifusión sonora y televisión pública**, garantizando su continuidad, cobertura nacional y acceso universal, conforme a los principios de pluralismo, diversidad e interés general.

2. **Producir, coproducir, adquirir y difundir contenidos audiovisuales, radiales y digitales** de carácter educativo, cultural, informativo, institucional y democrático, en cumplimiento de los fines del Estado.

3. **Garantizar el derecho fundamental a la información**, promoviendo el acceso a contenidos veraces, imparciales y oportunos que fortalezcan la participación ciudadana y la deliberación democrática.

4. **Operar y administrar los medios públicos nacionales**, incluyendo los canales de televisión y emisoras de radio de carácter público, así como sus plataformas digitales y estrategias transmedia.

5. **Apoyar la divulgación y pedagogía de las políticas públicas**, planes, programas y servicios de las entidades del Estado, en el marco de la comunicación pública y la función social de los medios.

6. **Promover la diversidad étnica, cultural, regional y social de la Nación**, asegurando la representación de las distintas comunidades y territorios, en concordancia con los principios de inclusión y equidad.

7. **Fomentar contenidos con valor público**, orientados al fortalecimiento de la educación, la cultura, los derechos humanos, la paz, la convivencia y la memoria histórica.

8. **Administrar de manera eficiente, transparente y responsable los recursos públicos** destinados al funcionamiento y desarrollo del sistema de medios públicos.

9. **Desarrollar procesos de innovación y modernización tecnológica**, que permitan la adaptación de los medios públicos a las nuevas dinámicas de consumo y a los avances en tecnologías de la información y las comunicaciones.

Se puede concluir que RTVC es una entidad del Estado que conoce y maneja las indicaciones y recomendaciones técnicas que se deben cumplir en cuanto al manejo de imagen de las producciones del Estado, siendo un gran apoyo para el Ministerio.

Sustentación del porqué se requiere hacer una contratación directa

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 209 de la Constitución Política, la presente contratación se estructura bajo los principios de coordinación, cooperación, eficiencia y economía, orientados al cumplimiento de los fines esenciales del Estado y a la optimización de los recursos públicos.

En este marco, la selección de Contratación Directa se fundamenta en su capacidad técnica, operativa y administrativa, así como en su experiencia en la ejecución de actividades relacionadas con el objeto contractual, lo que garantiza continuidad, conocimiento institucional y eficiencia en el desarrollo de las obligaciones.

Por su parte, la selección de RTVC se justifica en tanto las obligaciones contractuales guardan relación directa, funcional y misional con su objeto social. RTVC, en su calidad de operador oficial de la radio y la televisión pública de Colombia, cuenta con competencias exclusivas, amplia cobertura nacional, infraestructura técnica especializada y experiencia en la producción y difusión de contenidos comunicativos, condiciones que aseguran el alcance, calidad y oportunidad de los productos requeridos.

En consecuencia, la articulación interinstitucional resulta idónea y estratégica para el logro del objeto contractual y se encuentra amparada por lo dispuesto en el artículo 95 de la Ley 489 de 1998 y el literal c) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, reglamentado por el Decreto 1082 de 2015, al tratarse de un contrato interadministrativo entre entidades estatales.

El Misterio de Educación Nacional ha suscrito con RTVC contratos con objetos similares desde la vigencia 2013 al 2022 relacionados en el anexo presupuestal y el EP, estos documentos hacen parte integral del presente proceso.

El Ministerio de Educación Nacional, en atención a las necesidades institucionales identificadas para la vigencia 2026 y al cierre del actual período de gobierno, requiere adelantar diversas campañas de comunicación estratégica asociadas a programas, proyectos y estrategias como "Matricúlate", "#MejorEstudiar", "Calendario Escolar", "Entrega de Mejoramiento de Infraestructura", "Universidad en el Territorio", "Con Dignidad Cumplido", "La Educación Superior es un Derecho" y el "Programa Tránsito Inmediato a la Educación Superior", entre otras. Estas campañas están orientadas a promover el acceso, la permanencia y la continuidad educativa de niños, niñas, jóvenes y adolescentes en los establecimientos educativos oficiales del país, así como a fortalecer la apropiación social de las políticas públicas del sector educativo.

Para la ejecución de dichas campañas, el Ministerio determinó que RTVC constituye la opción más idónea, en razón a su naturaleza jurídica como medio público de comunicación, su cobertura nacional y su capacidad para garantizar la difusión efectiva de los mensajes institucionales en todo el territorio colombiano, incluyendo zonas rurales, dispersas y de difícil acceso, donde otros medios no cuentan con presencia suficiente. Estas condiciones permiten asegurar el cumplimiento de los principios de publicidad, eficiencia y eficacia en el uso de los recursos públicos.

Adicionalmente, las condiciones económicas ofrecidas por RTVC resultan coherentes con el alcance del objeto contractual, permitiendo una administración responsable y eficiente de los recursos públicos, en concordancia con los principios de economía y responsabilidad fiscal aplicables a la gestión contractual.

Cabe resaltar que el Ministerio de Educación Nacional ha suscrito con RTVC contratos con objetos similares durante las vigencias 2013 a 2022 y 2025, los cuales se encuentran debidamente relacionados en el Anexo Presupuestal y en los Estudios Previos (EP), documentos que hacen parte integral del presente proceso. Esta experiencia contractual evidencia la idoneidad, capacidad técnica, operativa y conocimiento especializado de RTVC para el cumplimiento del objeto contractual, lo que sustenta la procedencia de la modalidad de contratación directa, de conformidad con la normativa vigente aplicable a la contratación estatal entre entidades públicas.

A su vez se garantiza con eficiencia, eficacia los objetivos trazados con esta estrategia.

RTVC es el mejor aliado estratégico para la campaña de matrículas por varias razones clave:

1. **Cobertura Nacional Amplia:** RTVC ofrece una red de medios con cobertura en todo el territorio colombiano, incluyendo áreas rurales y zonas de difícil acceso. Esta capacidad es fundamental para llegar a un mayor número de potenciales beneficiarios en los lugares más apartados del país, algo que otros medios no pueden garantizar con la misma eficacia.
2. **Precios Competitivos y Ahorro Económico:** RTVC ofrece precios competitivos en el mercado, lo que permite al Ministerio de Educación Nacional (MEN) realizar un uso más eficiente de los recursos públicos. Este ahorro económico puede redirigirse a fortalecer otras áreas de la misma campaña, maximizando así el impacto y el alcance de la estrategia.
3. **Experiencia y Contratos Previos:** RTVC ha suscrito contratos similares con el MEN desde 2013 hasta 2022, lo que demuestra su experiencia y conocimiento en la difusión de campañas institucionales. Este historial de colaboración garantiza que RTVC puede ejecutar la campaña con eficacia y cumplir con los objetivos establecidos.
4. **Infraestructura y Diversificación de Contenidos:** RTVC cuenta con una infraestructura robusta y una oferta diversificada de contenidos para distintas audiencias (infantil, juvenil, adulto). Además de su red de televisión y radio, RTVC también tiene presencia digital, lo que permite una mayor penetración y capacidad para adaptar los mensajes a cada público.
5. **Enfoque en Campañas Institucionales:** Como medio público, RTVC y su Canal Institucional están alineados con los objetivos de difusión de información del gobierno y entidades públicas, lo que lo convierte en el canal ideal para campañas como MATRICÚLATE, orientadas a fines educativos y sociales.

Esta sustentación respalda la contratación directa con RTVC como la opción más adecuada y justificada para el logro eficiente y eficaz de los objetivos de la campaña.

Se configura un contrato de prestación de servicios debido a que el objeto contractual y las obligaciones, que serán desempeñadas por el contratista, le permitirán al Ministerio de Educación Nacional la difusión de las acciones misionales a través de los proyectos audiovisuales, radiales y planes de medios de comunicación, con la finalidad de que se ejecuten con estándares de oportunidad, calidad y pertinencia respondiendo a las necesidades y prioridades identificadas a través de los diferentes instrumentos aplicados. Para esto, el MEN requiere los servicios de un proveedor especializado con capacidad para ofrecer todos los servicios asociados con la comunicación promoción y divulgación, en cualquier plataforma, incluyendo la prestación del servicio de asistencia técnica, producción y programación de la radio y televisión, producir los contenidos que se trasmiten en radio y televisión, programar, producir y/o coproducir directamente o a través de terceros, la programación requerida, ofrecer todos los servicios relacionados con la promoción, comunicación y divulgación.

Lo anterior, de acuerdo con el artículo 2 numeral 4 literal h) de la Ley 1150 de 2007, reglamentado por el 2.2.1.2.1.4.9 del Decreto 1082 de 2015, que en su tenor literal disponen:

LEY 1150 DE 2007:

ARTÍCULO 2. DE LAS MODALIDADES DE SELECCIÓN.

El contrato a celebrarse se realiza de conformidad con lo dispuesto en el literal c) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, modificado por los artículos 92 y 95 de la Ley 1474 de 2011, según los cuales se hace uso de la causal de contratación directa *"Contratos Interadministrativos, siempre que las obligaciones derivadas del mismo tengan relación directa con el objeto de la entidad ejecutora señalado en la Ley o en sus reglamentos (...)",* y en el artículo 2.2.1.2.1.4.4 del Decreto Nacional 1082 de 2015.

Se establecen como fundamentos jurídicos para llevar a cabo la contratación interadministrativa con RTVC los siguientes:

Que en aplicación de los principios constitucionales y legales que rigen la función administrativa, las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado. La Ley 489 de 1998 regula el ejercicio de la función administrativa, determina la estructura y define los principios y reglas básicas de la organización y funcionamiento de la administración pública, y determina de manera prioritaria dar desarrollo a este principio de la coordinación entre las autoridades administrativas y entre los organismos del respectivo sector.

Que, en virtud de este principio de coordinación y colaboración, las autoridades administrativas deben garantizar la armonía en el ejercicio de las respectivas funciones con el fin de lograr los fines y cometidos estatales. En consecuencia, prestarán su colaboración a las demás entidades para facilitar el ejercicio de sus funciones.

Que la empresa RTVC es una entidad descentralizada indirecta, con el carácter de sociedad entre entidades públicas del orden nacional, con la principal función de programar, producir y emitir los canales públicos de Televisión Nacional: Señal Colombia, Canal Institucional; al igual que las emisoras públicas nacionales, Radio Nacional de Colombia y Radiónica, entidad definida en el artículo 1.2.2.2. del Decreto 1078 de 2015 así "Radio Televisión Nacional de Colombia. De acuerdo con lo establecido en la escritura pública de creación No, 3.138 del 28 de octubre de 2004, cuyo objeto social está definido por la prestación de servicios de preproducción, producción, post producción y emisión y transmisión de la radio y televisión públicas nacionales."

Que los contratos interadministrativos se caracterizan principalmente por ser de colaboración en cuanto a que las prestaciones que se generan de los mismos no son opuestas, sino que confluyen hacia un mismo resultado pretendido por las entidades estatales, constituyendo actividades complementarias ya atribuidas a Radio Televisión Nacional de Colombia-RTVC en las disposiciones legales.

Que en desarrollo de su actividad comercial y apoyo institucional, Radio Televisión Nacional de Colombia-RTVC ha celebrado contratos interadministrativos para la prestación del servicio para realizar la preproducción, producción, postproducción, emisión y retransmisión de los programas institucionales de televisión de entidades como: el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la Agencia Nacional de Infraestructura ANI, la Procuraduría General de la Nación, el Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior ICETEX, el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales IDEAM, entre otras.

7. ANALISIS DE LA OFERTA

La Ley 1978 de julio de 2019 trajo consigo grandes cambios para el Sector TIC y para las Autoridades que en él intervienen. En especial, en lo que respecta a la Comisión de Regulación de Comunicaciones-CRC se observa que el legislador amplió su espectro de acción, otorgándole funciones para promover la competencia en el servicio de televisión, así como para ejercer "todas las funciones de regulación y de inspección, vigilancia y control en materia de contenidos" que antes ejercía la Autoridad Nacional de Televisión-ANTV, entre estas, garantizar el pluralismo e imparcialidad informativa, así como promover y reglamentar la participación ciudadana en aquellos temas que puedan afectar al televidente.

En desarrollo de estas nuevas funciones, la Agenda Regulatoria de Contenidos Audiovisuales 2020-2021 consideró para ello la necesidad de "conocer el estado del arte de la industria de contenidos audiovisuales en el país, a partir de lo cual la Entidad contará con elementos suficientes para la identificación de necesidades de la industria e incentivos para proyectar el marco regulatorio requerido con el objetivo último de promover la competencia y la consolidación de estrategias de calidad en el desarrollo de contenidos audiovisuales en Colombia, en beneficio final de los televidentes y fomentar así el desarrollo sectorial… (incluyendo) aspectos tales como los niveles de concentración de propiedad de los medios; las dinámicas en torno a la generación y difusión de contenidos en televisión abierta, televisión por suscripción, los medios alternativos y las nuevas plataformas, con especial énfasis en medios que contemplen contenido informativo dentro de su oferta de programación.

https://www.crcom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Estudio%20sobre%20la%20Industria%20de%20Contenidos%20Audiovisuales%20Colombia/13.

Factores comparativos del mercado

Concepto	RTVC	TEVEANDINA-
Alcance y cobertura	RTVC tiene una red nacional que incluye varios canales de televisión y radio, como Señal Colombia, Canal Institucional, Radio Nacional, y Radiónica, entre otros. Esto le da una cobertura mucho más amplia, ya que llega a más zonas del país, incluidas áreas rurales, gracias a su infraestructura nacional. Además, RTVC también opera en el ámbito digital, lo que amplía su presencia.	Canal Trece: Aunque Canal Trece tiene una importante presencia regional, su cobertura está más centrada en la zona centro-oriental de Colombia (14 departamentos), lo que limita su alcance nacional en comparación con RTVC
Misión institucional	La misión de RTVC está más orientada a la difusión de contenidos educativos, culturales y democráticos en todo el país. Esto le otorga un enfoque amplio, con el compromiso de promover valores y contenidos que beneficien a la sociedad en su conjunto, siguiendo lineamientos de interés público.	Aunque también es un medio público, Canal Trece está más enfocado en contenidos juveniles y culturales, especialmente música, arte, y temas de interés regional. Su programación tiende a estar dirigida a un público más joven y segmentado, lo que puede ser útil en ciertas campañas, pero menos efectivo para campañas de alcance nacional o con un enfoque institucional más amplio.
Infraestructura y recursos	**RTVC**: Cuenta con una infraestructura más robusta, con varias emisoras de radio, canales de televisión y plataformas digitales que le permiten producir y distribuir una amplia variedad de contenidos. RTVC también ha invertido en **tecnología de punta** y en la adaptación a plataformas digitales, incluyendo streaming, apps móviles y redes sociales, lo que le da una ventaja en términos de innovación y capacidades técnicas.	**Canal Trece**: Aunque también tiene presencia en televisión y plataformas digitales, Canal Trece no tiene la misma infraestructura ni recursos que RTVC. Su capacidad técnica y de producción es más limitada en comparación.
Diversificación de contenidos	Como grupo de medios, RTVC ofrece una mayor **diversificación en contenidos**. Además de la programación regular, produce contenidos para diferentes nichos y audiencias (infantil, juvenil, adulto), a través de Señal Colombia, Canal Institucional, y las emisoras de radio. Esto permite llegar a una mayor variedad de públicos con mensajes más específicos.	Está más especializado en un público joven y amante de la cultura alternativa. Si bien esto puede ser una ventaja en ciertos contextos, es más limitado si se busca un enfoque diverso o institucional.
Reconocimiento y posicionamiento	RTVC: Al ser el principal sistema de medios públicos de Colombia, RTVC tiene un reconocimiento nacional que lo hace más confiable para campañas de índole estatal o institucional. Su relación cercana con el gobierno y su misión pública hacen que sea percibido como una entidad confiable para la difusión de mensajes oficiales.	Canal Trece: Aunque también es un canal público, tiene menos reconocimiento nacional en comparación con RTVC. Es más conocido por su contenido juvenil y cultural, pero no tiene el mismo nivel de visibilidad institucional.

Concepto	RTVC	TEVEANDINA-
Versatilidad en la difusión	RTVC: Gracias a su amplia red de radio y televisión, RTVC tiene la capacidad de multiplicar la difusión de un mensaje institucional en diferentes plataformas simultáneamente (televisión, radio, digital), lo que incrementa su efectividad y penetración.	Canal Trece: Al ser principalmente un canal de televisión y con una menor diversificación de medios, la capacidad de Canal Trece para llevar un mensaje a distintos públicos es más limitada.
Enfoque institucional	RTVC: Canal Institucional, una de las señales de RTVC, está dedicado a la divulgación de información del gobierno y de entidades públicas. Esto lo hace un canal ideal para campañas institucionales y gubernamentales, ya que su programación está alineada con estos objetivos.	Canal Trece: No tiene un canal o programación dedicada exclusivamente a contenidos institucionales, lo que puede ser una desventaja si el objetivo es difundir campañas de este tipo
Nota: Para efectos del análisis comparativo el MEN suscribió en las últimas vigencias el plan de medios con RTVC y canal trece, y por lo tanto, se establecen diferencias sustanciales entre RTVC y Canal Trece en relación con su idoneidad para proyectos de difusión institucional. RTVC resulta más idóneo y adecuado, en razón a su cobertura nacional, su infraestructura diversificada que integra radio, televisión y plataformas digitales, y su misión pública orientada a la educación, la cultura y la información de interés general, lo cual le permite atender de manera efectiva campañas de alcance masivo y de carácter institucional. Por su parte, Canal Trece tiene un enfoque regional y especializado, con énfasis en contenidos culturales y juveniles, lo que lo hace pertinente para campañas dirigidas a audiencias específicas. Sin embargo, su alcance territorial y capacidad de difusión resultan más limitados frente a los objetivos de cobertura nacional requeridos para estrategias institucionales de amplio impacto. por lo anterior, para el MEN de acuerdo a sus proyectos, programas y estrategias, es necesario llegar a todo el país y en especial a las zonas más apartadas de Colombia.		

Histórico de contratación del MEN:

Radio Televisión Nacional De Colombia (RTVC), cuenta con la experiencia requerida la cual se puede verificar con contratos suscritos en los últimos años con el Ministerio de Educación Nacional y con otras entidades del Estado; contratos con objetos semejantes y relacionados con la realización de proyectos audiovisuales, radiales y planes de medios de comunicación, así como se puede constatar en los siguientes cuadros Ministerio de Educación Nacional.

Fuente: https://www.colombiacompra.gov.co/transparencia/conjuntos-de-datos-abiertos

Vigencia	**2013**
Número del Contrato	**454 de 2013**
Entidad Contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	Realizar la preproducción, producción postproducción y emisión de programas de televisión y radio; y la producción audiovisual y transmisiones de televisión en directo, con el fin de divulgar los diferentes, proyectos y programas de la política de calidad de la Educación Preescolar, Básica, Media y Educación Superior definida en el plan sectorial 2010-2014 "educación de calidad, el camino para la prosperidad". del Ministerio de Educación Nacional
Presupuesto Oficinal	**$ 2.300.000.000,00**
Modificación	**El contrato tuvo una Adición**
Contratista	**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Vigencia	**2013**
Número del Contrato	**1217 DE 2013**
Entidad Contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	Asesorar al Despacho de la Señora Ministra de Educación Nacional en temas de comunicación estratégica para la divulgación de la "política educativa de calidad coherente con la agenda social que busca un país en paz, equitativo y educado (2014-2018)".
Presupuesto Oficinal	**$ 95.160.000,00**
Contratista	**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Vigencia	**2017**
Número del Contrato	**435 DE 2017**
Entidad Contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	Realizar la preproducción, producción, postproducción, creación, realización y emisión de los proyectos audiovisuales y radiales de las diferentes dependencias del Ministerio de Educación Nacional, encaminados a promover la "política educativa de calidad coherente con la agenda social que busca un país en paz, equitativo y educado (2014-2018)" y el "fortalecimiento a la gestión sectorial y de la cultura institucional"
Presupuesto Oficinal	**$ 1.802.188.234,00**
Modificación	**El contrato tuvo una Adición**
Contratista	**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Vigencia	**2018**
Número del Contrato	**865 DE 2018**
Entidad Contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	Realizar el desarrollo creativo, la preproducción, la realización, la producción y la postproducción de los productos comunicativos de las diferentes dependencias y programas del Ministerio de Educación Nacional.
Presupuesto Oficinal	**$ 770.000.000,00**
Contratista	**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Vigencia	**2019**
Número del Contrato	**025 DE 2019**
Entidad Contratante	**Ministerio de Educación Nacional**

Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	Realizar la preproducción, producción, posproducción y emisión de los productos comunicativos y educativos audiovisuales y sonoros, requeridos para la estrategia de comunicación y para el proceso de gestión de contenidos educativos digitales del Ministerio de Educación Nacional.
Presupuesto Oficinal	**$ 600.000.000,00**
Contratista	**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Vigencia	**2020**
Número del Contrato	**1399061 DE 2020**
Entidad Contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	Realizar la preproducción, producción, postproducción, creación, realización y emisión de los proyectos audiovisuales y radiales y realizar los planes de medios de comunicación para difundir las acciones misionales del Ministerio de Educación Nacional
Presupuesto Oficinal	**$ 1.600.000.000,00**
Contratista	**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Vigencia	**2021**
Número del Contrato	**2226940 DE 2021**
Entidad Contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	Realizar los proyectos audiovisuales, radiales y los planes de medios de comunicación para difundir las acciones misionales del Ministerio de Educación Nacional.
Presupuesto Oficinal	**$ 1.693.000.000**
Modificación	**El contrato tuvo una Adición $462.000.000 para un total de contrato $2.155.000.000**
Contratista	**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Vigencia	**2022**
Número del Contrato	**3418298 DE 2022**
Entidad Contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	Realizar los proyectos audiovisuales, radiales y los planes de medios de comunicación para difundir las acciones misionales del Ministerio de Educación Nacional.
Presupuesto Oficinal	**$ 1.801.236.876**
Modificación	**El contrato tuvo una Adición por valor de $52.703.674 para un total por valor de $1.853.940.550**
Contratista	**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Vigencia	**2023**
Número del Contrato	**4784710 de 2023**
Entidad Contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	REALIZAR LOS PROYECTOS AUDIOVISUALES, RADIALES Y LOS PLANES DE MEDIO DE COMUNICACIÓN PARADIFUNDIR LAS ACCIONES MISIONALES DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL.
Presupuesto Oficinal	**$ 2.188.280.564,00**
Modificación	**El contrato tuvo una Adición $854.496.601 para un valor total por valor de $3.042.777.165**
Contratista	**CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA S.AS**

Vigencia	**2024**
Número del Contrato	**CONT.5977680 de 2024**
Entidad contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	REALIZAR PROYECTOS AUDIOVISUALES, RADIALES Y PLANES DE MEDIOS DE COMUNICACIONES PARA DIFUNDIR LAS ACCIONES MISIONALES DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL
Presupuesto Oficinal	**$ 2.000.000.000,00**
Modificación	**El contrato tuvo una Adición $99.999.998 para un valor total de $2.099.999.998**
Contratista	**CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA S.AS**

Vigencia	**2024**
Número del Contrato	**CO1.PCCNTR.7024654 DE 2024**
Entidad contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**
Objeto	PRODUCIR Y DIVULGAR A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN, INFORMACIÓN OPORTUNA Y RELEVANTE PARA PROMOVER LA MATRÍCULA EN LOS NIVELES DE EDUCACIÓN, PRESCOLAR, BASICA Y MEDÍA, ASÍ COMO LA DIRIGIDA A FORTALECER LAS CAPA
Presupuesto Oficinal	**$ 2.500.000.000,00**
Modificación	
Contratista	**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Vigencia	**2025**
Número del Contrato	**CONT7696610**
Entidad Contratante	**Ministerio de Educación Nacional**
Modalidad de la Selección	**Contrato Interadministrativo**

Objeto	REALIZAR PROYECTOS AUDIOVISUALES, RADIALES Y PLANES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA DIFUNDIR LAS ACCIONES DEL MINISTERIO DE EDUCACION ASI COMO EL MONITOREO DE MEDIOS RESPETIVOS
Presupuesto Oficinal	**$ 4.900.000.000,00**
Modificación	**El contrato tuvo una adición de 2.000.000.000 para un total de 6.900.000.000**
Contratista	**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC**

Al comparar las vigencias 2021 a 2025, se evidencia un incremento significativo en el presupuesto total, el cual pasó de $6.900.000.000 a $10.600.000.000, equivalente a un 54%. No obstante, se precisa que, si bien el servicio requerido mantiene una naturaleza recurrente y presenta similitudes con el contratado en vigencias anteriores, el aumento presupuestal responde a factores específicos de la vigencia 2026.

Entre estos factores se destacan la ampliación y ajuste del alcance del servicio conforme a las necesidades actuales de la entidad; el fortalecimiento de las estrategias de comunicación y difusión institucional; el incremento en los costos asociados a insumos, mano de obra, logística y operación; así como las condiciones del mercado al momento de la contratación, especialmente en servicios especializados de monitoreo, producción y pauta en medios.

Adicionalmente, es importante señalar que el contrato se estructura bajo la modalidad de bolsa de productos y servicios, lo que implica que el presupuesto aprobado corresponde a un valor máximo estimado y no a un compromiso de gasto fijo. En este sentido, el valor total constituye una proyección de las necesidades institucionales para la vigencia, cuya ejecución efectiva dependerá de la activación de requerimientos específicos durante el periodo contractual.

En consecuencia, el incremento presupuestal no corresponde a una variación automática frente a vigencias anteriores, sino a una estimación técnica y financiera que refleja la dinámica operativa del servicio y las condiciones actuales del mercado, garantizando la razonabilidad del valor estimado y su correspondencia con los precios de mercado.

El presupuesto se realizó a partir del análisis del mercado mediante la revisión de cifras de consumo y precios históricos. Este análisis permitió conocer el comportamiento del mercado actual, tomando como referencia la contratación histórica de bienes y servicios con características técnicas similares. Para ello, se aplicaron indicadores como el Índice de Precios al Consumidor (IPC) en cada vigencia, con el fin de identificar posibles variaciones en el comercio de bienes y servicios.

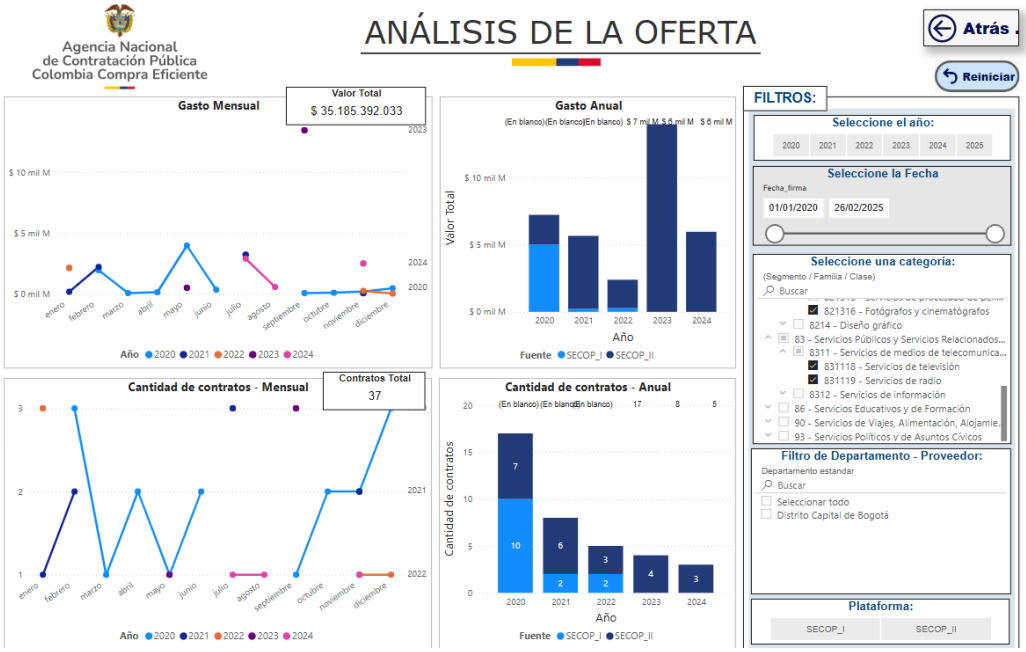
Con base en este análisis, el Ministerio de Educación Nacional estableció los valores techo unitarios (incluido IVA), considerando los resultados obtenidos y la cotización recibida para la vigencia 2026, la cual asciende a DIEZ MIL SEISCIENTOS MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE ($10.600.000.000), incluido IVA y los demás costos y gastos asociados a la ejecución del contrato.

Modelo de Abastecimiento estratégico (MAE)

Para analizar la oferta de servicios requeridos, se procede a realizar consulta mediante la herramienta de análisis de oferta del modelo de abastecimiento estratégico de la Agencia Nacional de Contratación pública Colombia Compra Eficiente, mediante en la cual se verifica la contratación de las vigencias desde el año 2017 al año 2024 correspondiente a los códigos UNSPSC definidos para el presente proceso y se verifican de manera puntual las siguientes estadísticas:

La vigencia con mayor gasto anual corresponde al año 2023 con un valor aproximado de $14 mil millones de pesos registrados en SECOP II, para los años 2020, 2021 y 2022 se nota decrecimiento en el gasto

anual bajo estas categorías, para el año 2024 dicho gasto a la fecha está aproximadamente en $5.9 mil millones a nivel nacional.



Se concluye que a partir del análisis realizado con información del SECOP II (datos abiertos), se encontró que RTVC – Radio Televisión Nacional de Colombia ha demostrado experiencia consolidada en la ejecución de actividades de divulgación institucional y difusión de mensajes relacionados con estrategias de comunicación pedagógica. Esta experiencia se refleja en la cobertura de canales de televisión nacional, emisiones radiales a nivel nacional y local, así como en diversas plataformas digitales.

El análisis de los contratos verificables de otras entidades de orden nacional, con objetos y actividades similares, evidenció que RTVC ha participado en contrataciones directas e interadministrativas, ejecutando proyectos de valores comparables y en condiciones de selección similares. Esto confirma que RTVC ha actuado como proveedor confiable y recurrente para múltiples entidades del Estado colombiano, consolidando su experiencia en la difusión de contenidos institucionales y estrategias comunicacionales de interés público.

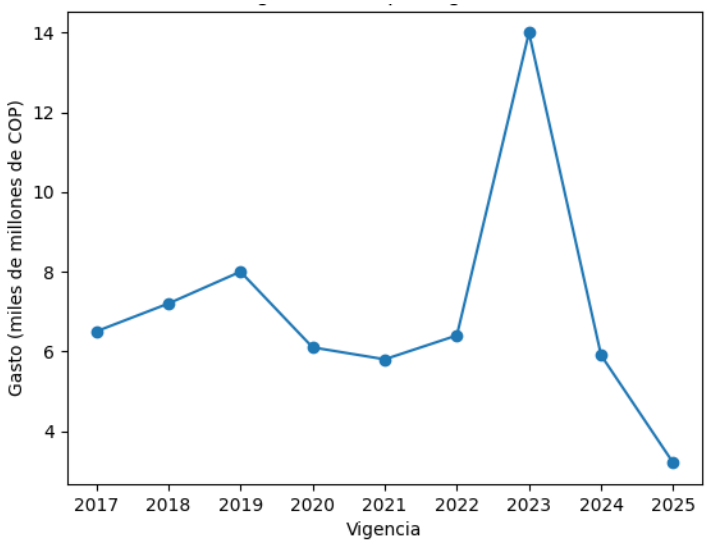
En el marco del presente estudio previo, y con el fin de identificar y analizar la oferta existente para la prestación de los servicios requeridos, se realizó una revisión de la información disponible en el Sistema Electrónico para la Contratación Pública – SECOP II, a través de la herramienta de análisis de oferta del Modelo de Abastecimiento Estratégico (MAE) de la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente.

El análisis se efectuó con base en los procesos contractuales asociados a los códigos UNSPSC definidos para el presente proceso, correspondientes a las vigencias comprendidas entre los años 2017 y 2025, con información obtenida de los datos abiertos del Sistema de Compra Pública.

1. Análisis del comportamiento del gasto

A partir de la información consolidada, se identificó el comportamiento del gasto público asociado a la contratación de servicios similares a los requeridos, evidenciando variaciones anuales en función de las necesidades institucionales, la planeación sectorial y las dinámicas propias de la contratación pública.

Figura 1. Evolución del gasto anual por vigencia (2017–2025)



Fuente: SECOP II – Datos abiertos – Modelo de Abastecimiento Estratégico (MAE), Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente.

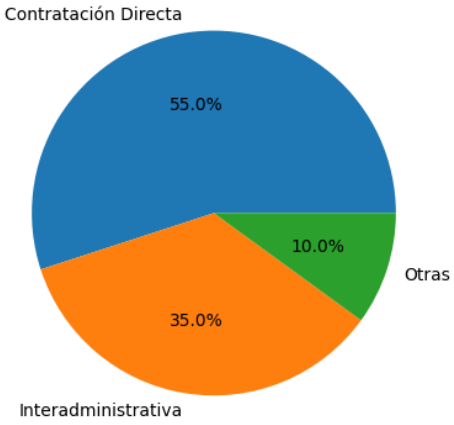
Nota: Los valores correspondientes a las vigencias 2024 y 2025 reflejan información parcial, de acuerdo con la fecha de corte de la consulta.

Del análisis se observa que la vigencia 2023 presenta el mayor nivel de gasto agregado, mientras que, en los años 2020, 2021 y 2022 se evidencia una reducción relativa. Para las vigencias 2024 y 2025, los valores registrados son inferiores, teniendo en cuenta que corresponden a información parcial publicada a la fecha del análisis.

2. Modalidades de contratación empleadas

El análisis por modalidad de selección permite identificar los mecanismos de contratación utilizados por las entidades estatales para la adquisición de este tipo de servicios, conforme al marco normativo vigente.

Figura 2. Distribución del gasto por modalidad contractual (2017–2025).



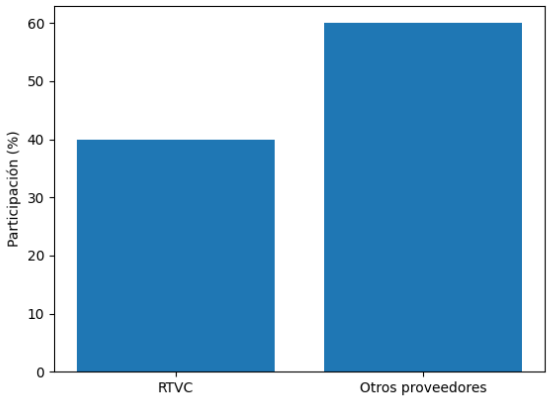
Fuente: SECOP II – Datos abiertos – MAE, Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente.

La información analizada evidencia una participación significativa de las modalidades de contratación directa y de los convenios o contratos interadministrativos, lo cual resulta consistente con la naturaleza de los servicios asociados a la difusión institucional y a la comunicación de interés público.

3. Participación de RTVC en procesos similares

Como parte del análisis de oferta, se revisaron de manera específica los procesos contractuales en los cuales ha participado RTVC – Radio Televisión Nacional de Colombia, en comparación con otros proveedores que han contratado servicios similares con entidades del orden nacional.

Figura 3. Participación de RTVC frente a otros proveedores en procesos contractuales similares (2017–2025).



Fuente: SECOP II – Datos abiertos – MAE, Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente.

El análisis evidencia una participación recurrente de RTVC en procesos contractuales asociados a la divulgación institucional y a la ejecución de estrategias de comunicación de interés público, mediante modalidades de contratación directa e interadministrativa, con valores y alcances comparables al presente proceso.

4. Conclusión del análisis de la oferta

Con base en la información revisada y en el análisis efectuado a partir de los datos abiertos de SECOP II y de la herramienta MAE, se concluye que RTVC – Radio Televisión Nacional de Colombia cuenta con experiencia consolidada, capacidad operativa y trayectoria verificable en la ejecución de contratos relacionados con la divulgación institucional, la difusión de mensajes de interés público y el desarrollo de estrategias de comunicación pedagógica.

La participación reiterada de RTVC en procesos de naturaleza similar, durante el periodo comprendido entre 2017 y 2025, permite establecer que la entidad ha actuado como proveedor recurrente y confiable para diversas entidades del Estado, lo cual sustenta su idoneidad para atender el objeto contractual propuesto en el presente estudio previo.

Nota técnica

La información correspondiente a las vigencias 2024 y 2025 es de carácter parcial, toda vez que depende de los procesos publicados, adjudicados y registrados en SECOP II a la fecha de corte de la consulta. En consecuencia, los valores y participaciones aquí presentados podrán variar conforme se actualice la información disponible en el Sistema de Compra Pública.

Análisis del valor del Presupuesto:

Para la vigencia 2026, la Oficina Asesora de Comunicaciones ha definido como estrategia principal la **"Comunicación para la Movilización de la Fuerza Transformadora"**, así como la continuidad de la estrategia **#MejorEstudiar**. En este marco, se priorizará la divulgación de los logros del actual Gobierno, en consideración a que culmina su periodo en esta vigencia, al igual que la difusión de los programas y proyectos adelantados por las distintas dependencias y viceministerios del Ministerio de Educación Nacional.

Estas acciones tienen como objetivo fortalecer las estrategias comunicativas institucionales, a fin de divulgar de manera efectiva las iniciativas dirigidas a los grupos de interés y de gestión del Ministerio de Educación Nacional.

Con base en la importancia de difundir estas estrategias, el Viceministerio de Educación Básica y Media han destinado los recursos necesarios para su implementación, los cuales están asignados a los siguientes proyectos:

Programa	Nombre del Proyecto	Producto	Rubro presupuestal	Valor
2299 Fortalecimiento de la Gestión y Dirección del Sector Educación	Fortalecimiento de la gestión institucional y buen gobierno del Ministerio de Educación Nacional.	Servicio de implementación sistema de gestión	C-2299-0700-11-53105B-2299060-02. ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE IMPLEMENTACIÓN SISTEMAS DE GESTIÓN - FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL Y BUEN GOBIERNO DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL	1.056.800.000

Programa	Nombre del Proyecto	Producto	Rubro presupuestal	Valor
2201 Calidad, Cobertura y Fortalecimiento de la Educación Inicial, Preescolar, Básica y Media	Transformación de la educación inicial, preescolar, básica y media con enfoque integral para la reducción de desigualdades y construcción de la paz.	Servicio de asistencia técnica	C-2201-0700-20-20203B-2201089-02 ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA - 2. SEGURIDAD HUMANA Y JUSTICIA SOCIAL / B. RESIGNIFICACIÓN DE LA JORNADA ESCOLAR: MÁS QUE TIEMPO	4.743.200.000
	Fortalecimiento de las capacidades y condiciones de bienestar que dignifiquen la labor docente en educación inicial, preescolar, básica y media.	Servicio de educación informal	C-2201-0700-23-20203C-2201049-02- ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE EDUCACIÓN INFORMAL - 2. SEGURIDAD HUMANA Y JUSTICIA SOCIAL / C. DIGNIFICACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO DE LA PROFESIÓN DOCENTE PARA UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD	3.300.000.000
2202 Calidad y Fomento de la Educación Superior	Mejoramiento de las condiciones de infraestructura de las instituciones de educación superior públicas.	Servicio de asistencia técnica	C-2202-0700-49-20203K40-2202059-02. ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA - MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA DE LAS INSTITUCIONES	1.000.000.000
	Fortalecimiento de los Procesos de Fomento de Educación Superior para Mejorar las Condiciones Institucionales que Garanticen Equidad en el Acceso, Permanencia y Pertinencia en la Educación Superior.	Servicio de fomento la regionalización en la educación superior o terciaria	C-2202-0700-55-20203K40-2202038-02. ADQUIS. DE BYS - SERVICIO DE FOMENTO PARA LA REGIONALIZACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR O TERCIARIA - FORTALECIMIENTO DE LOS PROCESOS DE FOMENTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PARA MEJORAR LAS CONDICIONES INSTITUCIONALES QUE GARANTICEN EQUIDAD EN EL ACCESO	500.000.000
TOTAL DE RECURSOS				**10.600.000.000**

La presente contratación está en línea con las medidas de austeridad y eficiencia del gasto público establecidas en el Decreto que regula el Plan de Austeridad del Gasto para la vigencia correspondiente.

Luego de realizar la desagregación presupuestal de los recursos mencionados, se ha asignado la suma de $10.600.000.000 a la Oficina Asesora de Comunicaciones, que estará destinada a la implementación de las estrategias de divulgación y comunicación de planes de medios y monitoreo de medios.

El objeto consistente en **realizar proyectos audiovisuales, radiales, planes y monitoreo de medios de comunicación para difundir las acciones del Ministerio de Educación Nacional** se articula de manera directa y funcional con los productos asociados a los programas **2299, 2201 y 2202**, en tanto estos constituyen líneas estratégicas de intervención institucional cuya divulgación requiere acciones comunicativas especializadas.

En particular, el programa **2299 – Fortalecimiento de la Gestión y Dirección del Sector Educación**, orientado al fortalecimiento de la gestión institucional y el buen gobierno del Ministerio de

Educación Nacional, se vincula mediante el **servicio de implementación de sistemas de gestión** (C-2299-0700-11-53105B-2299060-02), cuyas acciones y resultados demandan estrategias audiovisuales y de medios para su socialización y apropiación.

De igual forma, el programa **2201 – Calidad, Cobertura y Fortalecimiento de la Educación Inicial, Preescolar, Básica y Media**, que comprende el proyecto Transformación educativa con enfoque integral para la reducción de desigualdades y la construcción de la paz, se relaciona con el **servicio de asistencia técnica** (C-2201-0700-20-20203B-2201089-02) y a través del **Fortalecimiento de la capacidad y condiciones de bienestar que dignifique la labor docente en la educación inicial prescolar básica y media**, con relación al **servicio de educación informal** (C-2201-0700-23-20203C-2201049-02); cuyas intervenciones requieren piezas radiales, audiovisuales y planes de medios que visibilicen los proyectos, programas y estrategias de educación preescolar, básica y media como la resignificación de la jornada escolar, la dignificación de la labor docente, entre otros.

Asimismo, el **programa 2202 – Calidad y Fomento de la Educación Superior** se articula, a través del proyecto de **Mejoramiento de las condiciones de infraestructura de las instituciones de educación superior públicas** y del **servicio de asistencia técnica para el mejoramiento de dichas condiciones** (C-2202-0700-49-20203K40-2202059-02). De igual forma, se vincula con el proyecto de **Fortalecimiento de los procesos de fomento de la educación superior para mejorar las condiciones institucionales que garanticen la equidad en el acceso, la permanencia y la pertinencia**, así como con el **servicio de fomento para la regionalización de la educación superior o terciaria** (C-2202-0700-55-20203K40-2202038-02). Las acciones estratégicas asociadas a estos dos proyectos, orientadas a promover la equidad, el acceso, la permanencia y la pertinencia en la educación superior, requieren la implementación de **planes de medios y mecanismos de monitoreo** que garanticen una difusión efectiva, coherente con los programas proyectos y estrategia alineada con los objetivos en educación superior,

La Oficina Asesora de Comunicaciones solicitó en tres (3) oportunidades, a través de la plataforma SECOP II, la cotización de los servicios requeridos para el plan de medios de la vigencia 2026 bajo el número COTIZACION-MEN-OAC-001-2025, incluyendo las especificaciones y características correspondientes, tales como cantidades, valor unitario, valor con IVA incluido y *fee*.

Lo anterior, en cumplimiento del Decreto Reglamentario 1600 de 2024, el cual establece que todo proceso contractual debe contar con un estudio de mercado público y abierto, que permita la participación de posibles oferentes y la recopilación de la información necesaria para la elaboración del presupuesto oficial.

Para tal efecto, se elaboró y publicó un formato de cotización estandarizado, en el cual se incluyeron las actividades mínimas requeridas para cada uno de los productos definidos en el objeto contractual, garantizando la uniformidad y comparabilidad de la información presentada por los oferentes.

El proceso de solicitud de cotizaciones a los proveedores fue publicado en tres (3) oportunidades en la plataforma SECOP II, debido a la ausencia de respuestas por parte de posibles oferentes. Las publicaciones se realizaron el 25 de noviembre, otorgando un plazo de cinco (5) días para la presentación de ofertas; el 1 de diciembre, con un plazo de dos (2) días; y el 4 de diciembre de 2025, concediendo un plazo de diez (10) días para la presentación de las respectivas propuestas. A continuación, el pantallazo de la solicitud publicada en SECOP:



El día 10 de diciembre de 2025, se recibió a través de Secop II la cotización por parte del proveedor RTVC.

Por lo anterior, el valor del contrato interadministrativo se estimó de acuerdo con la oferta técnica y económica presentada por RTVC justificada a precios de mercado por el comparativo realizado entre los históricos unitario de los contratos interadministrativos suscritos por el Ministerio de Educación Nacional en las vigencias 2021, 2022, 2023, 2024 y 2025, los cuales se proyectaron a valor presente, con el incremento del IPC de los años correspondientes.

La entidad procedió a realizar el cálculo de las estadísticas o medidas de tendencia central más relevantes para el análisis de los datos; es así como se calcularon los valores de los dieciocho (18) ítems trayéndolos a valor presente de los contratos 2021, 2022, 2023, 2024 y 2025.

- 2021 se indexó con el IPC de cada una de las vigencias (5,62%, 13,12% 9,28% y 5,22% + 5,10%)
- 2022 se indexó con el IPC de cada una de las vigencias (13,12%, 9,28% y 5,22% + 5,10%)
- 2023 se indexó con el IPC de cada una de las vigencias (9,28% y 5,22% + 5,10%)
- 2024 se indexó con el IPC del (5,22% + 5,10%)
- 2025 se indexó con el IPC del (5,10%) correspondiente al IPC de cierre de 2025: cuya operación se relaciona en la siguiente tabla:

TABLA VALOR DE LOS CONTRATOS 2021 a 2025 – OFERTA 2026 RTVC

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor Total IVA Incluido 2021-RTVC-CONT.2226940	Valor Total IVA Incluido 2022-RTVC CONT.3418298	Valor Total IVA Incluido 2023-CANAL TRECE CONT.4784710	Valor Total IVA Incluido 2024-CANAL TRECE CONT.5977680	Valor Total IVA Incluido 2025-RTVC - CONT7696610	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026
RADIO NACIONAL: Emisión de Auspicio por Radio Nacional de acuerdo con los lineamientos de la emisora. Franja A (30 segundos) 5:00 am - 2:00 p.m.	1	4.893.546	4.567.819	1.167.117	5.385.000	3.124.583	4.990.580

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor Total IVA Incluido 2021-RTVC-CONT.2226940	Valor Total IVA Incluido 2022-RTVC CONT.3418298	Valor Total IVA Incluido 2023-CANAL TRECE CONT.4784710	Valor Total IVA Incluido 2024-CANAL TRECE CONT.5977680	Valor Total IVA Incluido 2025-RTVC - CONT7696610	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026
RADIO REGIONAL/RADIÓNICA: Emisión de Auspicio por Radiónica de acuerdo con los lineamientos de la emisora. Franja B (30 segundos) 10:00 a.m. - 4:00 p.m.	1	1.200.000	1.385.000	1.500.000	2.650.000	1.073.123	86.216
RADIO COMUNITARIO emisoras comunitarias 30 segundo	1	38.600	45.980	60.500	50.500	48.000	64.855
PRENSA NACIONAL. Costó aproximado de emisión en el medio nacional "El Espectador EL Tiempo - 1/2 Página horizontal: 5col x 18,5 cm"	1	85.950.000	87.500.000	67.600.000	78.600.000	32.762.961	83.166.951
PRENSA REGIONAL. Costó aproximado de emisión en el medio regional "EL HERALDO -PILON, DIARIO DEL NORTE ETC 1/2 Página 6 col (25.5 cm ancho) x 17 cm alto"	1	47.500.000	43.970.000	44.350.000	39.450.000	9.629.480	44.669.124
TELEVISIÓN - Canal Institucional-Horario en franja normal (No está incluido el valor en franja prime)	1	39.500.000	39.890.000	28.540.000	29.950.000	15.984.631	35.954.280
TELEVISIÓN REGIONAL	1	4.400.000	3.830.000	3.950.000	5.380.000	1.917.440	2.563.478
TEVISIÓN COMUNITARIO	1	1.586.000	1.780.000	2.640.000	1.520.000	1.440.984	572.000
Plan digital (Facebook, Tik Tok, Instagram, YouTube, X), 2000 salidas	1	1.750.000	1.900.000	1.645.000	1.659.000	1.453.897	1.994.537
VIDEO GRÁFICO Preproducción, producción y postproducción de video grabado con actores y locaciones de hasta 1 minuto 30 segundos de duración. Incluye: Creatividad, director general, director de arte, director de fotografía, productor general, asistente de producción, actores principales 2 por video, actores figurantes 2 por video, extras 5 por video, locutor, música de stock, maquillaje, cámara 4k Luces, personal técnico, sonidista con equipo, gastos de	1	27.500.000	28.500.000	28.600.000	24.890.000	23.200.898	23.575.298

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor Total IVA Incluido 2021-RTVC-CONT.2226940	Valor Total IVA Incluido 2022-RTVC CONT.3418298	Valor Total IVA Incluido 2023-CANAL TRECE CONT.4784710	Valor Total IVA Incluido 2024-CANAL TRECE CONT.5977680	Valor Total IVA Incluido 2025-RTVC-CONT7696610	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026
producción y de arte, alquiler de locación 2 x video, alimentación equipo de producción, transporte de preproducción en Bogotá (van 6 pasajeros), transporte de producción en Bogotá 2 x video van 12 pasajeros, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de Graficación con operario, sala de Postproducción de audio							
Video Gráfico:(1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos que incluye: Talento: creatividad, director, productor general, locutor, música de stock. Postproducción: disco duro, dos (2) turnos de sala de edición con operario, diez (10) turnos de graficación con operario, un (1) turno de sala de postproducción de audio con operario.	1	27.953.226	32.449.003	19.000.000	35.500.000	23.200.898	14.738.954
STREAMING EN BOGOTÁ: Transmisión vía streaming a 3 cámaras por un día en Bogotá. Incluye: Productor de Transmisión (staff), puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, gastos de producción, transporte en Bogotá (evento y montaje), disco duro.2	1	14.364.692	15.942.385	17.722.026	19.000.000	18.858.888	22.046.809
STREAMING EN OTRAS CIUDADES: Transmisión vía streaming por un día en ciudad principal Incluye: Productor de Transmisión (staff), móvil o puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas,	1	48.682.610	52.831.609	55.827.116	65.095.500	54.886.170	51.828.225

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor Total IVA Incluido 2021-RTVC-CONT.2226940	Valor Total IVA Incluido 2022-RTVC CONT.3418298	Valor Total IVA Incluido 2023-CANAL TRECE CONT.4784710	Valor Total IVA Incluido 2024-CANAL TRECE CONT.5977680	Valor Total IVA Incluido 2025-RTVC-CONT7696610	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026
manejo internet 50 MBPS, tiquetes (Productor para evento y visita técnica), gastos de manutención producción 1 persona para visita técnica, montaje y evento, transporte en región (visita técnica, montaje y evento), gastos de producción, disco duro.							
CORRESPONSALÍA CON PERIODISTA: Realización de preproducción, producción y postproducción de una (1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos. Incluye: Creatividad, director general, asistente de producción, locutor, música de stock, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de graficación con operario, sala de ilustración, sala de postproducción de audio.	1	3.409.263	4.481.541	4.807.119	5.619.355	2.600.779	2.836.213
PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS: 1. profesional en Comunicación social, 1 profesional en diseño gráfico 1. profesional en Animación	1	62.000.000	68.000.000	110.000.000	85.000.000	79.126.293	28.925.330
INTERPRETE DE LENGUA DE SEÑAS: Servicio presencial de interpretación en Lengua de Señas Colombiana (LSC), disponible en Bogotá y principales ciudades. El valor final depende de la ciudad y de las condiciones de desplazamiento requeridas.	1	461.500	482.000	485.000	455.000	484.092	1.751.806

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor Total IVA Incluido 2021-RTVC-CONT.2226940	Valor Total IVA Incluido 2022-RTVC CONT.3418298	Valor Total IVA Incluido 2023-CANAL TRECE CONT.4784710	Valor Total IVA Incluido 2024-CANAL TRECE CONT.5977680	Valor Total IVA Incluido 2025-RTVC-CONT7696610	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026
PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRESCAN RTVC /CÓMO Programas de Radio Nacional de Colombia, Radionica, Giro de Italia, Mundial de Futbol, Liga Femenina de Futbol, Vuelta a España, RTVC Noticias, El Calentao, Redes sociales de RTVC. Programas habituales y especiales de Señal Colombia. Entre otros Señal Colombia. Entre otros	1	2.567.000.000	2.890.500.000	3.320.000.000	2.980.545.000	3.018.866.171	1.071.000.000
DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor Total IVA Incluido 2021-MEDIA TECHNOLOGY WORLD SAS CO1.PCCNTR.2333116	Valor Total IVA Incluido 2022-MYMCOL S.A.S.CONT 3598281	Valor Total IVA Incluido 2023-MEDIA TECHNOLOGY WORLD SASCO1.PCCNTR.4916801	Valor Total IVA Incluido 2024-MYMCOL SAS CO1.PCCNTR.6082247	Valor Total IVA Incluido 2025- RTVC-CONT7696610	Valor ofertado IVA Incluido PROPUESTA 2026
Monitoreo de Medios Incluye: Monitoreo reputacional: medios tradicionales y redes sociales. • Portafolio Premium • Post mensuales por motor de búsqueda: 8.000 • Boletines automáticos de lunes a domingo • Reportes al correo electrónico • Reportes al WhatsApp: 2.000 alertas para 10 contactos • Informe cuantitativo mensual • Compilado mensualPortal con DashboardMedición reputacional con data:• Pulso reputacional diario: medición de la marca y su entorno a diario, con hallazgos, riesgos y oportunidades.• Socializaciones mensuales con los resultados• Análisis de crisis• Consolidado del estado reputacional. cortes cuatrimestrales. Aplicación Móvil Diseñada para dispositivos IOS y Android permitiendo consultar fácilmente	1	39.509.510	34.510.000	19.858.720	22.768.667	22.399.157	6.991.369

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor Total IVA Incluido 2021-RTVC-CONT.2226940	Valor Total IVA Incluido 2022-RTVC CONT.3418298	Valor Total IVA Incluido 2023-CANAL TRECE CONT.4784710	Valor Total IVA Incluido 2024-CANAL TRECE CONT.5977680	Valor Total IVA Incluido 2025-RTVC-CONT7696610	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026
la información que registramos de tu marca, sectores y competencia. La App incluye un sistema de notificaciones de las noticias monitoreadas y actualizadas permanentemente.							

Nota1: La variación de los precios entre las diferentes vigencias obedece a múltiples factores que deben analizarse de manera integral y no exclusivamente bajo el supuesto de incrementos asociados al Índice de Precios al Consumidor (IPC). Si bien en algunos casos se trata de contratos de carácter recurrente, incluso con el mismo contratista, los ajustes en los valores responden a condiciones particulares de ejecución y a necesidades específicas de la entidad en cada vigencia. En este sentido, dichos valores pueden verse influenciados por modificaciones en el alcance de las actividades a desarrollar, ajustes en las especificaciones técnicas, variaciones en las condiciones del mercado, actualización de costos de insumos, mano de obra y logística, así como por las particularidades propias de cada vigencia presupuestal.

TABLA DE INDEXO CON LOS IPC DE CADA VIGENCIA 2021 – 2025 Y OFERTA ECONÓMICA RTVC 2026.

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor 2021 actualizado a 2026.	Valor 2022 actualizado a 2026.	Valor 2024 actualizado a 2026.	Valor 2025 actualizado a 2026.	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026
RADIO NACIONAL: Emisión de Auspicio por Radio Nacional de acuerdo con los lineamientos de la emisora. Franja A (30 segundos) 5:00 am - 2:00 p.m.	1	6.769.732	6.062.409	5.940.732	3.283.937	4.990.580
RADIO REGIONAL/RADIÓNICA: Emisión de Auspicio por Radiónica de acuerdo con los lineamientos de la emisora. Franja B (30 segundos) 10:00 a.m. - 4:00 p.m.	1	1.660.080	1.838.172	2.923.480	1.127.852	86.216
RADIO COMUNITARIO emisoras comunitarias 30 segundo	1	53.399	61.025	55.712	50.448	64.855
PRENSA NACIONAL. Costo aproximado de emisión en el medio nacional "El Espectador EL Tiempo - 1/2 Página horizontal: 5col x 18,5 cm"	1	118.903.230	116.130.000	86.711.520	34.433.872	83.166.951

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor 2021 actualizado a 2026.	Valor 2022 actualizado a 2026.	Valor 2024 actualizado a 2026.	Valor 2025 actualizado a 2026.	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026
PRENSA REGIONAL. Costó aproximado de emisión en el medio regional "EL HERALDO - PILON, DIARIO DEL NORTE ETC 1/2 Página 6 col (25.5 cm ancho) x 17 cm alto"	1	65.711.500	58.356.984	43.521.240	10.120.583	44.669.124
TELEVISIÓN - Canal Institucional-Horario en franja normal (No está incluido el valor en franja prime)	1	54.644.300	52.942.008	33.040.840	16.799.848	35.954.280
TELEVISIÓN REGIONAL	1	6.086.960	5.083.176	5.935.216	2.015.230	2.563.478
TEVISIÓN COMUNITARIO	1	2.194.072	2.362.416	1.676.864	1.514.474	572.000
Plan digital (Facebook, Tik Tok, Instagram, YouTube, X), 2000 salidas	1	2.420.950	2.521.680	1.830.209	1.528.046	1.994.537
VIDEO GRÁFICO Preproducción, producción y postproducción de video grabado con actores y locaciones de hasta 1 minuto 30 segundos de duración. Incluye: Creatividad, director general, director de arte, director de fotografía, productor general, asistente de producción, actores principales 2 por video, actores figurantes 2 por video, extras 5 por video, locutor, música de stock, maquillaje, cámara 4k Luces, personal técnico, sonidista con equipo, gastos de producción y de arte, alquiler de locación 2 x video, alimentación equipo de producción, transporte de preproducción en Bogotá (van 6 pasajeros), transporte de producción en Bogotá 2 x video van 12 pasajeros, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de Graficación con operario, sala de Postproducción de audio	1	38.043.500	37.825.200	27.458.648	24.384.143	23.575.298
Video Gráfico:(1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos que incluye: Talento: creatividad, director, productor general, locutor, música de stock. Postproducción: disco duro, dos (2) turnos de sala de edición con operario, diez (10) turnos de graficación con operario, un (1) turno de sala de postproducción de audio con operario.	1	38.670.493	43.066.317	39.163.600	24.384.143	14.738.954
STREAMING EN BOGOTÁ: Transmisión vía streaming a 3 cámaras por un día en Bogotá. Incluye: Productor de Transmisión (staff), puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, gastos de producción, transporte en Bogotá (evento y montaje), disco duro.2	1	19.872.115	21.158.733	20.960.800	19.820.691	22.046.809
STREAMING EN OTRAS CIUDADES: Transmisión vía streaming por un día en ciudad principal Incluye: Productor de Transmisión (staff), móvil o puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, tiquetes (Productor para evento y visita técnica), gastos de manutención producción 1 persona para visita técnica, montaje y evento, transporte en región (visita técnica, montaje y evento), gastos de producción, disco duro.	1	67.347.523	70.118.111	71.813.356	57.685.364	51.828.225
CORRESPONSALÍA CON PERIODISTA: Realización de preproducción, producción y postproducción de una (1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos. Incluye: Creatividad, director general, asistente de producción, locutor, música de stock, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de graficación con operario,	1	4.716.374	5.947.901	6.199.272	2.733.418	2.836.213

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor 2021 actualizado a 2026.	Valor 2022 actualizado a 2026.	Valor 2024 actualizado a 2026.	Valor 2025 actualizado a 2026.	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026
sala de ilustración, sala de postproducción de audio.						
PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS: 1. profesional en Comunicación social, 1 profesional en diseño gráfico 1. profesional en Animación	1	85.770.800	90.249.600	93.772.000	83.161.734	28.925.330
INTERPRETE DE LENGUA DE SEÑAS: Servicio presencial de interpretación en Lengua de Señas Colombiana (LSC), disponible en Bogotá y principales ciudades. El valor final depende de la ciudad y de las condiciones de desplazamiento requeridas.	1	638.439	639.710	501.956	508.781	1.751.806
PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRESCAN RTVC /CÓMO Programas de Radio Nacional de Colombia, Radionica, Giro de Italia, Mundial de Futbol, Liga Femenina de Futbol, Vuelta a España, RTVC Noticias, El Calentao, Redes sociales de RTVC. Programas habituales y especiales de Señal Colombia. Entre otros Señal Colombia. Entre otros	1	3.551.187.800	3.836.271.600	3.288.137.244	3.172.828.346	1.071.000.000
DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	VALOR 2021 A VALOR PRESENTE 2025	VALOR 2022 A VALOR PRESENTE 2025	VALOR 2024 A VALOR PRESENTE 2025	**VALOR 2025 A VALOR PRESENTE 2026**	Valor ofertado IVA Incluido PROPUESTA 2026
Monitoreo de Medios Incluye: Monitoreo reputacional: medios tradicionales y redes sociales. • Portafolio Premium • Post mensuales por motor de búsqueda: 8.000 • Boletines automáticos de lunes a domingo • Reportes al correo electrónico • Reportes al WhatsApp: 2.000 alertas para 10 contactos • Informe cuantitativo mensual • Compilado mensualPortal con DashboardMedición reputacional con data:• Pulso reputacional diario: medición de la marca y su entorno a diario, con hallazgos, riesgos y oportunidades.• Socializaciones mensuales con los resultados• Análisis de crisis• Consolidado del estado reputacional. cortes cuatrimestrales. Aplicación Móvil Diseñada para dispositivos IOS y Android permitiendo consultar fácilmente la información que registramos de tu marca, sectores y competencia. La App incluye un sistema de notificaciones de las noticias monitoreadas y actualizadas permanentemente.	1	54.657.456	45.801.672	25.118.393	23.541.514	6.991.369

Nota: La vigencia 2023 no fue indexada, debido a que la actualización de los valores generaba diferencias significativas en los resultados. En particular, el ítem de monitoreo de medios presenta variaciones, dado que durante las vigencias 2021, 2022, 2023 y 2024 dicho servicio se ejecutó mediante contratos de mínima cuantía, razón por la cual los valores no resultan comparables con la presente contratación.

MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL ANALIZADAS

La entidad procedió a realizar el cálculo de las estadísticas y medidas de tendencia central más relevantes para el análisis de los datos. En este sentido, se calcularon los valores promedio del mercado, la media geométrica, la mediana, la desviación estándar, el coeficiente de variación y la media podada.

Teniendo en cuenta que el coeficiente de variación es del 34,35%, por cuanto existían datos atípicos muy altos, se procedió a calcular la media podada, desviación estándar podada y coeficiente de variación podado con el fin de disminuir el porcentaje de desviación en un 41.88%, lo cual se muestra en la siguiente tabla:

TABLA ANÁLISIS MEDIDAS O TENDENCIAS DE ESTADÍSTICAS

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Promedio	Desviación Estándar	coef variación	Mediana	Media Geográfica	Media Podada	Desviación Podada	Coef Var Podada
RADIO NACIONAL: Emisión de Auspicio por Radio Nacional de acuerdo con los lineamientos de la emisora. Franja A (30 segundos) 5:00 am - 2:00 p.m.	1	5.409.478	1.346.499	22,67%	5.940.732	5.251.949	4.738.416	1.346.228	28,41%
RADIO REGIONAL/RADIÓNICA: Emisión de Auspicio por Radiónica de acuerdo con los lineamientos de la emisora. Franja B (30 segundos) 10:00 a.m. - 4:00 p.m.	1	1.527.160	1.036.807	62,46%	1.660.080	971.965	1.379.183	1.435.233	104,06%
RADIO COMUNITARIO emisoras comunitarias 30 segundo	1	57.088	5.818	10,44%	55.712	56.853	57.005	7.290	12,79%
PRENSA NACIONAL. Costo aproximado de emisión en el medio nacional "El Espectador EL Tiempo - 1/2 Página horizontal: 5col x 18,5 cm"	1	87.869.115	34.060.863	39,28%	86.711.520	80.729.136	68.104.114	29.213.095	42,89%
PRENSA REGIONAL. Costo aproximado de emisión en el medio regional "EL HERALDO - PILON, DIARIO DEL NORTE ETC 1/2 Página 6 col (25.5 cm ancho) x 17 cm alto"	1	44.475.886	21.359.258	47,82%	44.669.124	37.629.608	32.770.316	19.623.639	59,88%
TELEVISIÓN - Canal Institucional-Horario en franja normal (No está incluido el valor en franja prime)	1	38.676.255	15.622.375	43,45%	35.954.280	35.668.961	28.598.323	10.321.097	36,09%
TELEVISIÓN REGIONAL	1	4.336.812	1.917.644	37,73%	5.083.176	3.939.356	3.504.641	2.122.714	60,57%
TEVISIÓN COMUNITARIO	1	1.663.965	704.228	42,00%	1.676.864	1.497.451	1.254.446	596.567	47,56%
Plan digital (Facebook, Tik Tok, Instagram, YouTube, X), 2000 salidas	1	2.059.084	413.368	20,73%	1.994.537	2.025.028	1.784.264	236.615	13,26%
VIDEO GRAFICO Preproducción, producción y postproducción de video grabado con actores y locaciones de hasta 1 minuto 30 segundos de duración. Incluye: Creatividad, director general, director de arte, director de fotografía, productor general, asistente de producción, actores principales 2 por video, actores figurantes 2 por video, extras 5 por video, locutor, música de stock, maquillaje, cámara 4k Luces, personal técnico, sonidista con equipo, gastos de producción y de arte, alquiler de locación 2 x video, alimentación equipo de producción, transporte de preproducción en Bogotá (van 6 pasajeros), transporte de producción en Bogotá 2 x video van 12 pasajeros, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de Graficación con operario, sala de Postproducción de audio	1	30.257.358	7.156.703	26,06%	27.458.648	29.597.914	25.139.363	2.048.870	8,15%

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Promedio	Desviación Estándar	coef variación	Mediana	Media Geográfica	Media Podada	Desviación Podada	Coef Var Podada
Video Gráfico:(1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos que incluye: Talento: creatividad, director, productor general, locutor, música de stock. Postproducción: disco duro, dos (2) turnos de sala de edición con operario, diez (10) turnos de graficación con operario, un (1) turno de sala de postproducción de audio con operario.	1	32.004.701	11.981.453	30,98%	38.670.493	29.784.811	26.095.566	12.301.933	47,14%
STREAMING EN BOGOTÁ: Transmisión vía streaming a 3 cámaras por un día en Bogotá. Incluye: Productor de Transmisión (staff), puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, gastos de producción, transporte en Bogotá (evento y montaje), disco duro.2	1	20.771.830	938.766	4,48%	20.960.800	20.754.928	20.942.767	1.113.168	5,32%
STREAMING EN OTRAS CIUDADES: Transmisión vía streaming por un día en ciudad principal Incluye: Productor de Transmisión (staff), móvil o puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, tiquetes (Productor para evento y visita técnica), gastos de manutención producción 1 persona para visita técnica, montaje y evento, transporte en región (visita técnica, montaje y evento), gastos de producción, disco duro.	1	63.758.516	8.622.947	12,80%	67.347.523	63.269.996	60.442.315	10.273.848	17,00%
CORRESPONSALÍA CON PERIODISTA: Realización de preproducción, producción y postproducción de una (1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos. Incluye: Creatividad, director general, asistente de producción, locutor, música de stock, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de graficación con operario, sala de ilustración, sala de postproducción de audio.	1	4.486.636	1.652.185	35,03%	4.716.374	4.226.215	3.922.968	1.972.007	50,27%
PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS: 1. profesional en Comunicación social, 1 profesional en diseño gráfico 1. profesional en Animación	1	76.375.893	26.837.344	31,29%	85.770.800	70.536.183	68.619.688	34.783.272	50,69%
INTERPRETE DE LENGUA DE SEÑAS: Servicio presencial de interpretación en Lengua de Señas Colombiana (LSC), disponible en Bogotá y principales ciudades. El valor final depende de la ciudad y de las condiciones de desplazamiento requeridas.	1	808.138	531.751	83,29%	638.439	711.798	920.848	719.639	78,15%

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Promedio	Desviación Estándar	coef variación	Mediana	Media Geográfica	Media Podada	Desviación Podada	Coef Var Podada
PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRESCAN RTVC /CÓMO Programas de Radio Nacional de Colombia, Radionica, Giro de Italia, Mundial de Futbol, Liga Femenina de Futbol, Vuelta a España, RTVC Noticias, El Calentao, Redes sociales de RTVC. Programas habituales y especiales de Señal Colombia. Entre otros Señal Colombia. Entre otros	1	2.983.884.998	1.099.521.876	33,44%	3.288.137.244	2.732.082.403	2.510.655.197	1.248.110.311	49,71%
				34,35%					41,88%
DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	PROMEDIO	DESVIACIÓN	coef variación	MEDIANA	MEDIA GEOMETRICA	**MEDIA PODADA**	**DESVIACION PODADA**	**COEF VAR PODADA**
Monitoreo de Medios Incluye: Monitoreo reputacional: medios tradicionales y redes sociales. • Portafolio Premium • Post mensuales por motor de búsqueda: 8.000 • Boletines automáticos de lunes a domingo • Reportes al correo electrónico • Reportes al WhatsApp: 2.000 alertas para 10 contactos • Informe cuantitativo mensual • Compilado mensualPortal con DashboardMedición reputacional con data:• Pulso reputacional diario: medición de la marca y su entorno a diario, con hallazgos, riesgos y oportunidades.• Socializaciones mensuales con los resultados• Análisis de crisis• Consolidado del estado reputacional. cortes cuatrimestrales. Aplicación Móvil Diseñada para dispositivos IOS y Android permitiendo consultar fácilmente la información que registramos de tu marca, sectores y competencia. La App incluye un sistema de notificaciones de las noticias monitoreadas y actualizadas permanentemente.	1	31.222.081	19.007.596	75,67%	25.118.393	25.292.039	18.550.425	10.041.438	54,13%

Nota: En el ítem de monitoreo de medios presenta variaciones, dado que durante las vigencias 2021, 2022, 2023 y 2024 dicho servicio se ejecutó mediante contratos de mínima cuantía, razón por la cual los valores no resultan comparables con la presente contratación.

Se procedió a comparar que los precios de la cotización presentada por **RTVC está por debajo de la mediana del mercado en 19% y media podada en 10% quiere decir que hay un ahorro como se demuestra en la tabla a continuación:**

TABLA ANÁLISIS MEDIDAS O TENDENCIAS DE ESTADISTICAS COMPARADAS CON LA OFERTA PRESENTADA POR RTVC

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026	Mediana	Media Geométrica	Media Podada	Desviación Podada	Coef Var Podada	comparación oferta frente a mediana	porcentaje de diferencia mediana	comparación oferta frente a media podada	porcentaje de diferencia a media podada
RADIO NACIONAL: Emisión de Auspicio por Radio Nacional de acuerdo con los lineamientos de la emisora. Franja A (30 segundos) 5:00 am - 2:00 p.m.	1	4.990.580	5.940.732	5.251.949	4.738.416	1.346.228	28,41%	-950.152	-16%	252.164	5%
RADIO REGIONAL/RADIÓNICA: Emisión de Auspicio por Radiónica de acuerdo con los lineamientos de la emisora. Franja B (30 segundos) 10:00 a.m. - 4:00 p.m.	1	86.216	1.660.080	971.965	1.379.183	1.435.233	104,06 %	-1.573.864	-95%	-1.292.967	-94%
RADIO COMUNITARIO emisoras comunitarias 30 segundo	1	64.855	55.712	56.853	57.005	7.290	12,79%	9.143	16%	7.850	14%
PRENSA NACIONAL. Costo aproximado de emisión en el medio nacional "El Espectador EL Tiempo - 1/2 Página horizontal: 5col x 18,5 cm"	1	83.166.951	86.711.520	80.729.136	68.104.114	29.213.095	42,89%	-3.544.569	-4%	15.062.837	22%
PRENSA REGIONAL. Costo aproximado de emisión en el medio regional "EL HERALDO -PILON, DIARIO DEL NORTE ETC 1/2 Página 6 col (25.5 cm ancho) x 17 cm alto"	1	44.669.124	44.669.124	37.629.608	32.770.316	19.623.639	59,88%	0	0%	11.898.808	36%
TELEVISIÓN - Canal Institucional-Horario en franja normal (No está incluido el valor en franja prime)	1	35.954.280	35.954.280	35.668.961	28.598.323	10.321.097	36,09%	0	0%	7.355.957	26%
TELEVISIÓN REGIONAL	1	2.563.478	5.083.176	3.939.356	3.504.641	2.122.714	60,57%	-2.519.698	-50%	-941.163	-27%
TEVISIÓN COMUNITARIO	1	572.000	1.676.864	1.497.451	1.254.446	596.567	47,56%	-1.104.864	-66%	-682.446	-54%
Plan digital (Facebook, Tik Tok, Instagram, YouTube, X), 2000 salidas	1	1.994.537	1.994.537	2.025.028	1.784.264	236.615	13,26%	0	0%	210.273	12%
VIDEO GRÁFICO Preproducción, producción y postproducción de video grabado con actores y locaciones de hasta 1 minuto 30 segundos de duración. Incluye: Creatividad, director general, director de arte, director de fotografía, productor general, asistente de producción, actores principales 2 por video, actores figurantes 2 por video, extras 5 por video, locutor, música de	1	23.575.298	27.458.648	29.597.914	25.139.363	2.048.870	8,15%	-3.883.350	-14%	-1.564.065	-6%

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026	Mediana	Media Geométrica	Media Podada	Desviación Podada	Coef Var Podada	comparación oferta frente a mediana	porcentaje de diferencia mediana	comparación oferta frente a media podada	porcentaje de diferencia media podada
stock, maquillaje, cámara 4k Luces, personal técnico, sonidista con equipo, gastos de producción y de arte, alquiler de locación 2 x video, alimentación equipo de producción, transporte de preproducción en Bogotá (van 6 pasajeros), transporte de producción en Bogotá 2 x video van 12 pasajeros, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de Graficación con operario, sala de Postproducción de audio											
Video Gráfico:(1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos que incluye: Talento: creatividad, director, productor general, locutor, música de stock. Postproducción: disco duro, dos (2) turnos de sala de edición con operario, diez (10) turnos de graficación con operario, un (1) turno de sala de postproducción de audio con operario.	1	14.738.954	38.670.493	29.784.811	26.095.566	12.301.933	47,14%	-23.931.539	-62%	-11.356.612	-44%
STREAMING EN BOGOTÁ: Transmisión vía streaming a 3 cámaras por un día en Bogotá. Incluye: Productor de Transmisión (staff), puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, gastos de producción, transporte en Bogotá (evento y montaje), disco duro.2	1	22.046.809	20.960.800	20.754.928	20.942.767	1.113.168	5,32%	1.086.009	5%	1.104.042	5%
STREAMING EN OTRAS CIUDADES: Transmisión vía streaming por un día en ciudad principal Incluye: Productor de Transmisión (staff), móvil o puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, tiquetes (Productor para evento y visita técnica), gastos de manutención producción 1 persona para visita técnica, montaje y evento, transporte	1	51.828.225	67.347.523	63.269.996	60.442.315	10.273.848	17,00%	-15.519.298	-23%	-8.614.090	-14%

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026	Mediana	Media Geométrica	Media Podada	Desviación Podada	Coef Var Podada	comparación oferta frente a mediana	porcentaje de diferencia mediana	comparación oferta frente a media podada	porcentaje de diferencia media podada
en región (visita técnica, montaje y evento), gastos de producción, disco duro.											
CORRESPONSALÍA CON PERIODISTA: Realización de preproducción, producción y postproducción de una (1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos. Incluye: Creatividad, director general, asistente de producción, locutor, música de stock, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de graficación con operario, sala de ilustración, sala de postproducción de audio.	1	2.836.213	4.716.374	4.226.215	3.922.968	1.972.007	50,27%	-1.880.161	-40%	-1.086.755	-28%
PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS: 1. profesional en Comunicación social, 1 profesional en diseño gráfico 1. profesional en Animación	1	28.925.330	85.770.800	70.536.183	68.619.688	34.783.272	50,69%	-56.845.470	-66%	-39.694.358	-58%
INTERPRETE DE LENGUA DE SEÑAS: Servicio presencial de interpretación en Lengua de Señas Colombiana (LSC), disponible en Bogotá y principales ciudades. El valor final depende de la ciudad y de las condiciones de desplazamiento requeridas.	1	1.751.806	638.439	711.798	920.848	719.639	78,15%	1.113.367	174%	830.958	90%
PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRESCAN RTVC /CÓMO Programas de Radio Nacional de Colombia, Radionica, Giro de Italia, Mundial de Futbol, Liga Femenina de Futbol, Vuelta a España, RTVC Noticias, El Calentao, Redes sociales de RTVC. Programas habituales y especiales de Señal Colombia. Entre otros Señal Colombia. Entre otros	1	1.071.000.000	3.288.137.244	2.732.082.403	2.510.655.197	1.248.110.311	49,71%	-2.217.137.244	-67%	-1.439.655.197	-57%
							41,88%		18%		10%

DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor ofertado IVA incluido-propuesta 2026	Mediana	Media Geométrica	Media Podada	Desviación Podada	Coef Var Podada	comparación oferta frente a mediana	porcentaje de diferencia mediana	comparación oferta frente a media podada	porcentaje de diferencia media podada
DESCRICIÓNEQUIPO / PRODUCTO /SERVICIO	CANTIDAD	Valor ofertado IVA Incluido PROPUESTA 2026	MEDIANA	MEDIA GEOMETRICA	**MEDIA PODADA**	**DESVIACION PODADA**	**COEF VAR PODADA**	**comparación oferta frente a mediana**	**porcentaje de diferencia mediana**	**comparación oferta frente a media podada**	**porcentaje de diferencia media podada**
Monitoreo de Medios Incluye: Monitoreo reputacional: medios tradicionales y redes sociales. • Portafolio Premium • Post mensuales por motor de búsqueda: 8.000 • Boletines automáticos de lunes a domingo • Reportes al correo electrónico • Reportes al WhatsApp: 2.000 alertas para 10 contactos • Informe cuantitativo mensual • Compilado mensualPortal con DashboardMedición reputacional con data:• Pulso reputacional diario: medición de la marca y su entorno a diario, con hallazgos, riesgos y oportunidades.• Socializaciones mensuales con los resultados• Análisis de crisis• Consolidado del estado reputacional. cortes cuatrimestrales. Aplicación Móvil Diseñada para dispositivos IOS y Android permitiendo consultar fácilmente la información que registramos de tu marca, sectores y competencia. La App incluye un sistema de notificaciones de las noticias monitoreadas y actualizadas permanentemente.	1	6.991.369	25.118.393	25.292.039	18.550.425	10.041.438	54,13%	-18.127.024	-72%	-11.559.056	-62%

Nota 1: Los valores estimados que se ubican por encima de la mediana y de la media podada del conjunto de datos analizado, responden a condiciones particulares de alcance, cobertura e intensidad del servicio previstas para la ejecución del objeto contractual. Dichos valores incorporan componentes adicionales asociados a la ampliación de actividades, mayor cobertura territorial, incremento en la frecuencia y duración de las acciones de difusión, así como a requerimientos técnicos y operativos específicos que no se encuentran presentes en los contratos de referencia utilizados para el cálculo de las medidas estadísticas. En consecuencia, estas diferencias no constituyen valores atípicos injustificados, sino estimaciones coherentes con las necesidades institucionales y las características particulares del servicio a contratar**.**

MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL ANALIZADAS

Al comparar las vigencias 2021 a 2025, se evidencia un incremento significativo en el presupuesto total, el cual pasó de $6.900.000.000 a $10.600.000.000, equivalente a un 54%. No obstante, se precisa que, si bien el servicio requerido mantiene una naturaleza recurrente y presenta similitudes con el contratado en vigencias anteriores, el aumento presupuestal responde a factores específicos de la vigencia 2026.

Entre estos factores se destacan la ampliación y ajuste del alcance del servicio conforme a las necesidades actuales de la entidad; el fortalecimiento de las estrategias de comunicación y difusión institucional; el incremento en los costos asociados a insumos, mano de obra, logística y operación; así como las condiciones del mercado al momento de la contratación, especialmente en servicios especializados de monitoreo, producción y pauta en medios.

Adicionalmente, es importante señalar que el contrato se estructura bajo la modalidad de bolsa de productos y servicios, lo que implica que el presupuesto aprobado corresponde a un valor máximo estimado y no a un compromiso de gasto fijo. En este sentido, el valor total constituye una proyección de las necesidades institucionales para la vigencia, cuya ejecución efectiva dependerá de la activación de requerimientos específicos durante el periodo contractual.

En consecuencia, el incremento presupuestal no corresponde a una variación automática frente a vigencias anteriores, sino a una estimación técnica y financiera que refleja la dinámica operativa del servicio y las condiciones actuales del mercado, garantizando la razonabilidad del valor estimado y su correspondencia con los precios de mercado.

El presupuesto se realizó a partir del análisis del mercado mediante la revisión de cifras de consumo y precios históricos. Este análisis permitió conocer el comportamiento del mercado actual, tomando como referencia la contratación histórica de bienes y servicios con características técnicas similares. Para ello, se aplicaron indicadores como el Índice de Precios al Consumidor (IPC) en cada vigencia, con el fin de identificar posibles variaciones en el comercio de bienes y servicios.

Con base en este análisis, el Ministerio de Educación Nacional estableció los valores techo unitarios (incluido IVA), considerando los resultados obtenidos y la existencia de valores atípicos superiores a la cotización recibida para la vigencia 2026, la cual asciende a DIEZ MIL SEISCIENTOS MILLONES DE PESOS MONEDA CORRIENTE ($10.600.000.000), incluido IVA y los demás costos y gastos asociados a la ejecución del contrato.

A continuación, se presenta el consolidado del presupuesto:

OFERTA VARIOS PRODUCTOS, VALORES APROXIMADOS			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO SIN IVA**	**VALOR CON IVA**
Radio Nacional. Regional y comunitario	1	$ 1.426.378.867	$ 1.697.390.851
Prensa Nacional y Regional	1	$ 552.136.329	$ 657.042.231
Televisión	1	$ 1.394.587.170	$ 1.659.558.733
Digital RRSS	1	$ 3.075.379.110	$ 3.659.701.141
Monitoreo de Medios	1	$ 64.680.000	$ 76.969.200
Otros Servicios	1	$ 1.733.226.622	$ 2.062.539.680
SUBTOTAL		$ 8.246.388.098	$ 9.813.201.836
FEE DE IMPLEMENTACIÓN ATL		9%	$ 661.174.928
IVA DEL FEE		19%	$ 125.623.236
VALOR TOTAL DE LA OFERTA			$ 10.600.000.000

CONDICIONES DEL EQUIPO / PRODUCTO / SERVICIO
* Inversión en capacidad instalada de RTVC, mínimo de $900.000.000 más IVA. a través de sus diferentes medios (Señal Colombia, Canal Institucional, Radio Nacional de Colombia, Radionica, RTVC Noticias, RTVC Play, Señal Deportes, Señal Memoria, y todos los activos digitales de RTVC; tanto en su programación convencional o en la participación de todos los eventos y transmisiones especiales como: Conciertos, transmisiones deportivas y culturales, Mundial de futbol masculino, Liga Femenina de Futbol Transmisiones Ciclísticas entre otros). *NO se aplicará FEE de intermediación sobre la utilización de Capacidad Instalada de RTVC. *El porcentaje de fee de ATL será del 9% más IVA *Para las transmisiones en Bogotá y en ciudades principales no se contempla, talento, maquillaje, fly away, segmento satelital y ningun item no relacionado en la presente oferta. *No está incluido ningún ítem no relacionado en la presente oferta y los diferentes componentes. *Por politicas de la entidad no estamos obligados a desagregar ninguno de los componentes relacionados en la oferta .

Nota 2. Además de las actividades aquí descritas, el Ministerio de Educación Nacional podrá solicitar la ejecución de otras acciones o la entrega de productos comunicativos que se deriven de nuevas necesidades institucionales, coyunturas nacionales o prioridades estratégicas, siempre que estén directamente relacionadas con el objeto y alcance del contrato y cuenten con la aprobación previa del supervisor o supervisora del mismo. En aquellos casos en los que las acciones o productos solicitados no se encuentren contemplados en el tarifario aplicable, la solicitud deberá realizarse de manera formal por parte del Ministerio, y su inclusión estará sujeta a la validación técnica y económica, mediante la comparación de precios con las condiciones del mercado y la verificación de la disponibilidad presupuestal, previo a su ejecución.

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
RADIO	NACIONAL	Duración de mensaje 30"-Menciones Remotos	120	$ 3.847.491	$ 461.698.867	$ 87.722.785	$ 549.421.651	$ 49.447.949	$ 598.869.600	$ 4.990.580

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
	REGIONAL	Duración de mensaje 30" Menciones Remotos	10000	$ 66.468	$ 664.680.000	$ 126.289.200	$ 790.969.200	$ 71.187.228	$ 862.156.428	$ 86.216
	COMUNITARIOS	Duración de mensaje 30" Menciones Remotos	6000	$ 50.000	$ 300.000.000	$ 57.000.000	$ 357.000.000	$ 32.130.000	$ 389.130.000	$ 64.855
PRENSA	NACIONAL	Publicaciones en medios nacionales/digital Múlltiples formatos Aviso página, 1/2 página, 1/4 página Artículos de opinión Editorial Publireportaje Columna Anuncios en periódicos, revistas o suplementos especiales. Publicaciones de doble página o reportajes patrocinados.	7	$ 64.117.609	$ 448.823.265	$ 85.276.420	$ 534.099.685	$ 48.068.972	$ 582.168.657	$ 83.166.951
	REGIONAL	Publicaciones en medios nacionales/digital Múltiples formatos Aviso página, 1/2 página, 1/4 página	3	$ 34.437.688	$ 103.313.064	$ 19.629.482	$ 122.942.546	$ 11.064.829	$ 134.007.373	$ 44.669.124

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
		Artículos de opinión Editorial Publirreportaje Columna								
TELEVISIÓN	Canales nacionales	Spot (Duración entre 10 y 60 segundos) Transmisión de dos (2) horas Publirreportaje Patrocinio Producto Placement Bumper Publicidad Estática Sobreimpresiones Entrevistas en noticieros / programas de opinión	40	$ 27.718.973	$ 1.108.758.924	$ 210.664.196	$ 1.319.423.119	$ 118.748.081	$ 1.438.171.200	$ 35.954.280
	Canales regionales	Spot (Duración entre 10 y 60 segundos) Transmisión de dos (2) horas Publirreportaje Patrocinio Product Placement Bumper Publicidad Estática Sobreimpresiones Entrevistas en noticieros / programas de opinión	100	$ 1.976.315	$ 197.631.500	$ 37.549.985	$ 235.181.485	$ 21.166.334	$ 256.347.819	$ 2.563.478

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
	Canales Comunitario	Spot (Duración entre 10 y 60 segundos) Transmisión de dos (2) horas Publirreportaje Patrocinio Product Placement Bumper Publicidad Estática Sobreimpresiones Entrevistas en noticieros / programas de opinión	200	$ 440.984	$ 88.196.747	$ 16.757.382	$ 104.954.128	$ 9.445.872	$ 114.400.000	$ 572.000
PLAN DIGITAL	REDES SOCIALES	Pauta digital para RRSS Facebook-Instagram (Meta Ads) YouTube, Display (Google Ads) X (Business X) TikTok de 2000 salida	1	$ 3.075.379.110	$ 3.075.379.110	$ 584.322.031	$ 3.659.701.141	$ 329.373.103	$ 3.989.074.244	$ 1.994.537 *

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
VIDEO GRABADO CON ACTORES Y LOCACIÓN	COMERCIAL TV	Preproducción, producción y postproducción de video grabado con actores y locaciones de hasta 1 minuto 30 segundos de duración.Incluye: Creatividad, directo general, director de arte, director de fotografía, productor general, asistente de producción, actores principales 2 por video, actores figurantes 2 por video, extras 5 por video, locutor, música de stock, maquillaje, cámara 4k Luces, personal técnico, sonidista con equipo, gastos de producción y de arte, alquiler de locación 2 x video, alimentación equipo	10	$ 18.175.390	$ 181.753.900	$ 34.533.241	$ 216.287.141	$ 19.465.843	$ 235.752.984	$ 23.575.298

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
		de prodcción, transporte de preproducción en Bogotá (van 6 pasajeros), transporte de producción en Bogotá 2 x video van 12 pasajeros, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de Graficación con operario, sala de postproducción de audio								
VIDEO GRÁFICO		Realización de preproducción, producción y postproducción de una (1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos.Incluye: Creatividad, director general, asistente de producción, locutor, música de stock, disco duro, sala de edición y coloriza	1	$ 11.363.005	$ 11.363.005	$ 2.158.971	$ 13.521.976	$ 1.216.978	$ 14.738.954	$ 14.738.954

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
		ción con operario, sala de graficación con operario, sala de iIlustración, sala de postproduccion de audio.								
STREAMING EN BOGOTÁ:		Transmisión vía streaming a 3 cámaras por un día en Bogotá. Incluye: Productor de Transmisión (staff), puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, gastos de producción, transporte en Bogotá (evento y montaje), disco duro.2	6	$ 16.997.000	$ 101.982.000	$ 19.376.580	$ 121.358.580	$ 10.922.272	$ 132.280.852	$ 22.046.809

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
STREAMING EN OTRAS CIUDADES		Transmisión vía streaming por un día en ciudad principalIncluye: Productor de Transmisión (staff), móvil o puesto fijo de producción a 3 cámaras con montaje el mismo día, plataforma NDI inserción de señas, manejo internet 50 MBPS, tiquetes (Productor para evento y visita tecnica), gastos de manutención producción 1 persona para visita técnica, montaje y evento, transporte en región (visita técnica, montaje y evento), gastos de producción, disco duro.	5	$ 39.957.000	$ 199.785.000	$ 37.959.150	$ 237.744.150	$ 21.396.974	$ 259.141.124	$ 51.828.225

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
CORRESPONSALÍA CON PERIODISTA		Realización de preproducción, producción y postproducción de una (1) cápsula animada de máximo treinta (30) segundos.Incluye: Creatividad, director general, asistente de producción, locutor, música de stock, disco duro, sala de edición y colorización con operario, sala de graficación con operario, sala de iIlustración, sala de postproduccion de audio.	20	$ 2.186.580	$ 43.731.600	$ 8.309.004	$ 52.040.604	$ 4.683.654	$ 56.724.258	$ 2.836.213
PRODUCCION DE PROGRAMAS (Talento Humano, DISEÑADOR, ANIMADOR, COMUNICADOR)		1. profesional en Comunicación social, 1 profesional en diseño gráfico 1. profesional en Animación	12	$ 22.300.000	$ 267.600.000	$ 50.844.000	$ 318.444.000	$ 28.659.960	$ 347.103.960	$ 28.925.330

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
INTERPRETE DE LENGUA DE SEÑAS		Servicio presencial de interpretación en Lengua de Señas Colombiana (LSC), disponible en Bogotá y principales ciudades. El valor final depende de la ciudad y de las condiciones de desplazamiento requeridas.	20	$ 1.350.556	$ 27.011.117	$ 5.132.112	$ 32.143.229	$ 2.892.891	$ 35.036.120	$ 1.751.806
productos y servcios que ofrescan RTVC /Cómo Programas de Radio Nacional de Colombia, Radionica, Transmisiones especiales como Giro de Italia, Mundial de Futbol, Liga Femenina de Futbol, Vuelta a España, RTVC Noticias, El Calentao, Redes sociales de RTVC. Programas		Todos los productos que ofrecen para plan de medio RTVC **	1	$ 900.000.000	$ 900.000.000	$ 171.000.000	$ 1.071.000.000	$ -	$ 1.071.000.000	$ 1.071.000.000

Medio	Concepto	Especificaciones	Cantidad	valor unidad	Valor total	iva	Valor IVA incluido	FEE9%	Total	Valor unitario incluido impuestos
habituales y especiales de Señal Colombia. Entre otros										
MONITOREO DE MEDIOS	PLATAFORMA MONITOREO	Proceso continuo de rastreo y análisis de la producción mediática en plataformas tradicionales (prensa, radio, televisión) y digitales (redes sociales, sitios web) para seguir la cobertura de temas, marcas o competidores de interés.	12	$ 5.390.000	$ 64.680.000	$ 12.289.200	$ 76.969.200	$ 6.927.228	$ 83.896.428	$ 6.991.369
Valores Totales					$ 8.246.388.098	$ 1.566.813.739	$ 9.813.201.836	$ 786.798.165	**$ 10.600.000.000**	

Nota*: Corresponde a un plan digital con 2000 salidas.

Nota: Aclaración sobre el alcance del ítem "Productos incluidos en el plan de medios RTVC"**
El ítem correspondiente a los productos incluidos en el plan de medios RTVC comprende la difusión de contenidos institucionales a través de los distintos programas, espacios y plataformas administradas por RTVC, conforme a la estrategia de comunicación definida por la Entidad. En particular, incluye la participación en programas de Radio Nacional de Colombia y Radiónica, así como en transmisiones especiales de alto alcance e interés público, tales como el Giro de Italia, el Mundial de Fútbol, la Liga Femenina de Fútbol y la Vuelta a España.

Así mismo, contempla la difusión de mensajes institucionales en espacios informativos y de opinión como RTVC Noticias y El Calentao, en las redes sociales oficiales de RTVC, y en los programas habituales

y especiales de Señal Colombia, garantizando cobertura en medios televisivos, radiales y digitales de alcance nacional.

El valor estimado de $900.000.000 para este ítem se determinó a partir de la estructuración integral del plan de medios, considerando variables como la frecuencia de emisión, la duración de las piezas, el número de campañas, el alcance territorial, y el nivel de exposición requerido en cada uno de los productos y espacios mencionados. En consecuencia, dicho valor corresponde a una proyección agregada asociada al alcance técnico y operativo del plan de medios, y no a un precio unitario individual por producto.

Es de aclarar que dentro del alcance del contrato interadministrativo el cual es una bolsa de productos y servicios, hacen parte los planes de medios de Radio, Prensa, Televisión, plan digital e internet, entre otros, cuyos valores unitarios tienen incluidas las tarifas del Impuesto al Valor Agregado IVA equivalente al 19% y demás costos y gastos asociados a la ejecución del contrato como el FEE del 9%.

El presupuesto total para la vigencia 2026 sería:

Medio	Concepto	VALOR VIGENCIA 2026	
RADIO	NACIONAL	598.869.600	1.850.156.028
	REGIONAL	862.156.428	
	COMUNITARIOS	389.130.000	
PRENSA	NACIONAL	582.168.657	716.176.030
	REGIONAL	134.007.373	
TELEVISIÓN	Canales nacionales	1.438.171.200	1.808.919.019
	Canales regionales	256.347.819	
	Canales Comunitario	114.400.000	
PLAN DIGITAL	REDES SOCIALES Pauta digital para RRSS Facebook- Instagram (Meta Ads) YouTube, Display (Google Ads) X (Business X) TikTok con 2000 salidas	3.989.074.244	3.989.074.244
	VIDEO GRABADO CON ACTORES Y LOCACIÓN	235.752.984	2.235.674.680
	VIDEO GRÁFICO	14.738.954	
	STREAMING EN BOGOTÁ:	132.280.852	
	STREAMING EN OTRAS CIUDADES	259.141.124	
	CORRESPONSALÍA CON PERIODISTA	56.724.258	
	INTERPRETE DE LENGUA DE SEÑAS	35.036.120	
	PRODUCCION DE PROGRAMAS: Talento Humano 1. profesional en Comunicación social, 1 profesional en diseño grafico 1. profesional en Animación	347.103.960	
	PRODUCTOS Y SERVCIOS QUE OFRESCAN RTVC /Cómo Programas de Radio Nacional de Colombia, Radionica, Transmisiones especiales como Giro de Italia, Mundial de Futbol, Liga Femenina de Futbol, Vuelta a España, RTVC Noticias, El Calentao, Redes sociales de RTVC. Programas habituales y especiales de Señal Colombia. Entre otros	1.071.000.000	
	MONITOREO DE MEDIOS	83.896.428	

TOTAL	**10.600.000.000**

Se precisa que el valor del gasto de administración (FEE) ofertado por RTVC para la vigencia 2026 corresponde al **nueve por ciento (9%) más IVA**, porcentaje que se mantiene invariable respecto del aplicado en las vigencias **2021, 2022, 2023, 2024 y 2025**, conforme a los antecedentes contractuales y a la relación que se presenta a continuación.

No contrato	Nombre /Beneficiario	FEE%
2226940 DE 2021	RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC	9%
3418298 DE 2022	RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC	9%
4784710 de 2023	TEVEANDINA S.AS	9%
5977680 de 2024	TEVEANDINA S.AS	9%
7696610 de 2025	RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC	9%

Los valores que se encuentra en la propuesta técnica y económica presentada por RTVC en el ítem **CENTRAL DE MEDIOS** Bolsa para implementación de Plan de difusión en diferentes medios nacionales, locales y regionales (Radio, Televisión, Prensa, Digital, Alternativos, Comunitarios, entre otros), están sujetos al tarifario presentado por el proveedor -RTVC, se tomó la muestra del precio más alto ofrecido y de acuerdo con las necesidades del Ministerio.

en atención a sus especificaciones y a las necesidades del momento.

Conclusiones

El valor del contrato se establece a partir de la articulación entre el análisis de precios de mercado y la oferta recibida, bajo criterios de razonabilidad, eficiencia y correspondencia con las necesidades institucionales, conforme a la normatividad vigente en contratación pública.

En primer lugar, la entidad realiza un estudio del sector, mediante el análisis de precios históricos y niveles de consumo de contratos con características técnicas similares, aplicando indicadores económicos y estadísticos (promedios, medianas, medias geométricas, desviación estándar y coeficiente de variación), con el fin de identificar rangos de precios de mercado y detectar posibles valores atípicos.

Posteriormente, la oferta recibida se analiza frente a dichos rangos de mercado, verificando que sus valores se encuentren dentro de los parámetros razonables identificados en el estudio. En aquellos casos en que la oferta presenta diferencias frente a los valores históricos, estas se evalúan teniendo en cuenta factores propios de la vigencia, tales como cambios en el alcance del servicio, condiciones de ejecución, costos de insumos, mano de obra, logística, características del medio de difusión y dinámica del mercado.

Con base en esta comparación, la entidad define valores techo unitarios que permiten controlar la ejecución contractual y garantizar que los precios aplicados durante la vigencia correspondan a condiciones de mercado. Estos valores techo no implican un compromiso automático de gasto, sino que constituyen un límite máximo de referencia dentro del cual se activan los servicios conforme a las necesidades institucionales.

Finalmente, el valor total del contrato se determina como una estimación presupuestal, especialmente en contratos bajo la modalidad de bolsa de productos y servicios, la cual integra:

(i) los precios de mercado validados,

(ii) los valores unitarios ofertados,

(iii) el fee de administración y los impuestos aplicables, y

(iv) una proyección de las cantidades requeridas durante la vigencia.

En consecuencia, el valor contractual resulta del cruce técnico entre mercado y oferta, garantizando razonabilidad económica, trazabilidad del cálculo y correspondencia con las necesidades reales de la entidad, sin que ello implique la obligación de ejecutar la totalidad del presupuesto estimado.

De acuerdo con lo anteriormente desarrollado, se concluye lo siguiente:

- La entidad realizó el cálculo de las principales **medidas estadísticas y de tendencia central** relevantes para el análisis de los datos del mercado, dentro de las cuales se incluyen: **media aritmética (promedio del mercado), media geométrica, mediana, desviación estándar y coeficiente de variación**, las cuales permitieron evaluar la dispersión y consistencia de los valores analizados.

- Se precisa que el valor del **servicio de administración (fee)** ofertado por RTVC corresponde al **nueve por ciento (9%) más IVA para la vigencia 2026**, porcentaje que se mantiene invariable frente al aplicado en las vigencias **2021, 2022, 2023, 2024 y 2025**, conforme a los antecedentes contractuales.

- Al respecto, se aclara que, según lo evidenciado en el **archivo Excel y en el presupuesto estimado**, **todos los ítems incluyen IVA y fee de administración**, **excepto aquellos que hacen referencia a los servicios que presta directamente RTVC a través de sus medios propios**, los cuales no están sujetos al cobro del fee ni a la aplicación del IVA sobre dicho concepto.

- En relación con las **pautas que sean difundidas en los medios propios de RTVC**, se establece que estas **no generan el cobro del porcentaje correspondiente al fee de administración** y, en consecuencia, **no se aplica el Impuesto al Valor Agregado (IVA) sobre dicho fee**, en atención a la naturaleza del servicio prestado directamente por la entidad.

- Los **servicios, actividades y cantidades** que determinan el presupuesto corresponden a **proyecciones estimadas**, cuya ejecución efectiva dependerá de la **estrategia de comunicación definida por el Ministerio de Educación Nacional**, así como de los resultados obtenidos a partir de las mediciones y evaluaciones realizadas durante la ejecución contractual.

- La metodología empleada para la elaboración del estudio de mercado se fundamentó en la **Guía para la Elaboración de Estudios de Sector – Colombia Compra Eficiente (CCE_Guia-estudios-del-sector_2025)**, garantizando la aplicación de criterios técnicos, objetivos y acordes con la normatividad vigente en materia de contratación pública.

Este estudio previo es elaborado por la líder de la necesidad, Elsy Paola Suarez Ortiz, en su condición de Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones, y lo suscribe a través de la plataforma NEON.

Este documento hace parte del Estudio Previo.