ANÁLISIS DEL SECTOR

Prestación del servicio de divulgación institucional en medios de comunicación impresos; digitales; televisivos; radiales y otros para la ejecución de la estrategia y/o plan de medios diseñada por la oficina asesora de comunicaciones con el fin de difundir las acciones misionales del Ministerio de Ciencia; Tecnología e Innovación.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DEL SERVICIO

El Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación – MINCIENCIAS – es el ente rector del Sector y del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI), encargado de diseñar, formular, coordinar, promover, ejecutar y evaluar la política pública orientada al fortalecimiento de la ciencia, la tecnología y la innovación como motores del desarrollo sostenible del país. En virtud de su naturaleza jurídica y la administración de recursos públicos, le asiste el deber funcional de proteger, optimizar y visibilizar los bienes y resultados derivados de su gestión institucional.

Mediante la Ley 2162 del 6 de diciembre de 2021 se creó el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, un organismo que lidera la política pública en la materia, fortalece capacidades científicas y tecnológicas, impulsa el conocimiento como bien público y orienta al país hacia una economía más productiva, competitiva y equitativa. La creación del Ministerio representó un hito institucional que elevó la ciencia al más alto nivel de decisión política, reconociéndose como pilar estructural para la transformación social y económica.

En desarrollo de esta arquitectura institucional, el Decreto 1449 de 2022 asignó a la Oficina Asesora de Comunicaciones la responsabilidad de formular e implementar la estrategia de comunicación institucional y sectorial, divulgar planes, programas y proyectos, diseñar y administrar contenidos en medios y plataformas, y hacer seguimiento a los resultados de dichas estrategias. Esta función no es operativa, sino estratégica: comunicar es gobernar con transparencia y garantizar el derecho ciudadano al acceso a la información pública.

En aras del buen funcionamiento del Ministerio, se señalan en el artículo 9, las siguientes funciones a la Oficina Asesora de Comunicaciones:

"1. Asesorar al Ministro en la formulación e implementación de la estrategia de comunicación institucional y sectorial, bajo los lineamientos del Gobierno Nacional; 2. Realizar la oportuna divulgación de los planes, programas, proyectos y actividades que desarrolla el Ministerio para conocimiento interno y de la ciudadanía en general; 3. Asesorar al Ministerio en las estrategias dirigidas a estimular la participación de los

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

ciudadanos y de la Universidad, Empresa, Estado y Sociedad, sobre las políticas a cargo del Ministerio;4. Orientar y acompañar, en materia de comunicaciones, las intervenciones que el Ministerio requiera, en los diferentes canales y espacios; 5. Establecer, canalizar y coordinar las relaciones con los medios de comunicación, nacionales e internacionales e informar a la opinión pública sobre la gestión del Ministerio 6. Formular y desarrollar, en coordinación con las dependencias del Ministerio, las estrategias para divulgar o comunicar la información generada en cumplimiento de sus objetivos institucionales; 7. Diseñar y administrar los contenidos de los diferentes medios de comunicación interinstitucionales, plataformas y redes sociales; 8. Hacer seguimiento a los resultados de las estrategias de comunicación institucional; 9. Promover y vigilar el uso de la imagen institucional del Ministerio; 10. Las demás funciones que le sean asignadas y que correspondan a la naturaleza de la dependencia."

En el marco del actual Gobierno Nacional, la política de ciencia, tecnología e innovación ha asumido retos estructurales que deben ocupar un lugar central en la narrativa institucional y en la línea de tiempo estratégica del Ministerio.

Resulta vital otorgar mayor relevancia comunicativa a los hitos y apuestas que se lideran desde el Gobierno, especialmente aquellos orientados a:

- El cierre de brechas de género en ciencia, tecnología e innovación, promoviendo la participación de mujeres y niñas en áreas STEM y fortaleciendo el liderazgo femenino en la toma de decisiones científicas.
- El impulso decidido a la formación de alto nivel (maestrías y doctorados), como mecanismo para democratizar el acceso al conocimiento avanzado y fortalecer el capital humano en todas las regiones del país.
- El desarrollo de la investigación en inteligencia artificial y tecnologías emergentes, como herramienta estratégica para la soberanía tecnológica y la competitividad nacional.
- La implementación de las Políticas de Investigación e Innovación Orientadas por Misiones (PIIOM), particularmente aquellas asociadas a la transición energética justa, la bioeconomía, la soberanía sanitaria y la seguridad alimentaria.

Estas apuestas no solo representan programas sectoriales, sino decisiones de política pública que posicionan la ciencia como eje transversal del proyecto de país. En consecuencia, su difusión estratégica es vital para impulsar la apropiación social del conocimiento y consolidar una cultura científica democrática.

Actualmente, los canales institucionales propios del Ministerio no cuentan con la capacidad suficiente para garantizar la difusión masiva y segmentada de la información relacionada con convocatorias, programas y políticas públicas del sector de ciencia, tecnología e innovación, especialmente en territorios apartados o en poblaciones con

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

menor acceso a la información institucional. Esta situación limita el alcance de las estrategias de apropiación social del conocimiento y reduce la participación de actores regionales en las iniciativas impulsadas por el Ministerio.

Adicionalmente, siendo el Ministerio una entidad de reciente creación, persiste un bajo nivel de reconocimiento institucional frente a otros sectores del gobierno. Esta situación evidencia la necesidad de fortalecer su posicionamiento, consolidar su identidad pública y descentralizar la difusión de sus programas, especialmente en territorios históricamente excluidos de los beneficios de la Ciencia, Tecnología e Innovación.

El Ministerio busca fortalecer la relación Estado - ciudadano mediante la gestión eficiente de la información pública, democratizar el conocimiento implica romper las barreras territoriales, sociales y de género que han limitado el acceso a la ciencia. Significa llevar la información sobre convocatorias, becas, programas de investigación y misiones estratégicas a cada región del país. Logrando que su divulgación se dé de manera clara, accesible y oportuna a la ciudadanía. Promoviendo la confianza, la legitimidad y la participación de la ciudadanía en la gestión pública, lo que a su vez impacta positivamente en el nivel de satisfacción de los ciudadanos frente a los servicios y acciones ministeriales.

Así mismo, busca garantizar el acceso de la información pública que contribuye a la toma de decisiones por parte de los ciudadanos, teniendo en cuenta que es un instrumento para promover la participación ciudadana en las acciones ministeriales.

Las metas que se propone este Ministerio son la transparencia, el fortalecimiento institucional, el acceso a la información, la visibilidad, el uso de la información y la participación ciudadana en aras de un seguimiento institucional para crear una cultura anticorrupción, recuperar la confianza del ciudadano y prevenir posibles actos de corrupción.

En consecuencia, se hace necesario implementar estrategias de comunicación pública que permitan fortalecer el posicionamiento institucional del Ministerio, promover la apropiación social del conocimiento, ampliar la participación de los actores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación y garantizar el acceso equitativo a la información pública relacionada con las políticas, programas y proyectos del sector.

En este contexto, se identifica la necesidad de contar con un aliado estratégico especializado en planeación y ejecución de planes de medios, que permita estructurar una estrategia integral con enfoque territorial, criterios de segmentación de audiencias y optimización de recursos.

Este plan deberá articular medios masivos, digitales, regionales, alternativos, comunitarios y especializados, garantizando cobertura nacional y pertinencia cultural.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

La implementación de un plan de medios robusto permitirá:

- Fortalecer el posicionamiento institucional del Ministerio.
- Visibilizar los hitos y apuestas estratégicas del Gobierno Nacional en materia de género, formación de alto nivel, inteligencia artificial, transición energética, entre otros.
- Ampliar el alcance de las convocatorias y programas, garantizando mayor participación regional.
- Asegurar la transparencia, la rendición de cuentas y el acceso equitativo a la información.
- Disponer de plataformas integrales de difusión más allá de los canales institucionales.
- Disponer de herramientas y estrategias que faciliten una comunicación segmentada, pertinente y bidireccional, promoviendo la interacción y la retroalimentación en tiempo real.
- La adopción de estas soluciones es fundamental para ampliar la cobertura, para promover una información transparente y accesible.

Un esquema profesional de planeación y ejecución permitirá no solo aumentar indicadores de alcance y recordación, sino consolidar la ciencia, la tecnología y la innovación como herramientas centrales para el desarrollo social, ambiental y económico del país.

El presente proceso de contratación se encuentra previsto en el Plan Anual de Adquisiciones (PAA) para la vigencia 2026, en cumplimiento del principio de planeación contractual y de lo dispuesto en el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, garantizando la adecuada programación de las necesidades institucionales, la eficiencia en el uso de los recursos públicos y la coherencia con los objetivos estratégicos del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.

1.2. CLASIFICACIÓN DEL BIEN O SERVICIO DE ACUERDO CON EL CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS:

Con el fin de identificar de manera técnica y estandarizada el objeto del presente proceso contractual, se realiza la clasificación del bien o servicio conforme al Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas – UNSPSC, adoptado por el Sistema de Compra Pública colombiano.

En ese sentido, la descripción del servicio objeto del contrato se identifica hasta el cuarto nivel del clasificador, cuando resulta posible, o en su defecto hasta el tercer nivel, atendiendo a la naturaleza de las actividades relacionadas con la planeación, gestión y ejecución de estrategias de comunicación y divulgación institucional en

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

diferentes medios de comunicación. Para la adecuada codificación se tuvo en cuenta la "Guía para la Codificación de Bienes y Servicios" de Colombia Compra Eficiente, la cual establece orientaciones para la correcta utilización del sistema de codificación estandarizado, basado en criterios internacionales que facilitan la identificación de bienes y servicios, promueven la transparencia en los procesos de contratación pública y permiten la adecuada interacción entre el sector público y los proveedores del mercado.

CÓDIGO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
80141602	80 Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	14 Comercialización y distribución	16 Actividades de ventas y promoción de negocios	02 Servicio de relaciones públicas
80161507	80 Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	16 Servicios de administración de empresas	15 Servicios de apoyo gerencial	07 Servicios audiovisuales
80171603	80 Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	17 Servicios de relaciones públicas y comunicaciones profesionales	16 Servicios de apoyo a la publicidad y al marketing	03 Servicio de asesoramiento en publicidad y marketing
80171604	80 Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	17 Servicios de relaciones públicas y comunicaciones profesionales	16 Servicios de apoyo a la publicidad y al marketing	04 Servicio de campañas de información pública
80171605	80 Servicios de Gestión, Servicios Profesionales de Empresa y Servicios Administrativos	17 Servicios de relaciones públicas y comunicaciones profesionales	16 Servicios de apoyo a la publicidad y al marketing	05 Servicio de comunicados de prensa y kits de medios
82101504	82 Servicios editoriales, de diseño, gráficos y bellas artes	10 Publicidad	15 Publicidad impresa	04 Publicidad en periódicos
82101601	82 Servicios editoriales, de diseño, gráficos y bellas artes	10 Publicidad	16 Publicidad en difusión	01 Publicidad en radio
82101602	82 Servicios editoriales, de diseño, gráficos y bellas artes	10 Publicidad	16 Publicidad en difusión	02 Publicidad televisiva

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

82101603	82 Servicios editoriales, de diseño, gráficos y bellas artes	10 Publicidad	16 Publicidad en difusión	03 Publicidad en Internet
82101800	82 Servicios editoriales, de diseño, gráficos y bellas artes	10 Publicidad	18 Servicios de agencia de publicidad	0
82101903	82 Servicios editoriales, de diseño, gráficos y bellas artes	10 Publicidad	19 Colocación y cumplimiento de medios	03 Colocación en Internet
82101905	82 Servicios editoriales, de diseño, gráficos y bellas artes	10 Publicidad	19 Colocación y cumplimiento de medios	05 Colocación de impresión
83121700	83 Servicios públicos y servicios relacionados con el sector público	12 Servicios de información	17 Servicios de comunicación masiva	0

1.3. ASPECTOS GENERALES

1.3.1. ECONÓMICO

Según la división clásica de la economía, los sectores económicos de Colombia se dividen en tres: el sector primario (agrícola), el sector secundario (industrial) y el sector terciario (prestación de servicios).

Sin embargo, según el tipo de actividad económica, de sector primario, secundario y terciario se pasa a nueve. Los seis sectores "nuevos" son: el sector del transporte, el sector financiero, el sector de comercio, el sector de la construcción, el sector minero y energético y el sector de las comunicaciones; de cada uno de estos sectores económicos se derivan diferentes actividades, que son especializadas e independientes entre sí.

Sector Primario: denominado también sector agrícola, engloba aquellas actividades económicas que se relacionan con la obtención de bienes y productos que provienen directamente de la naturaleza. Es decir, se trata del producto "directo", que no ha obtenido ninguna conversión. Es de resaltar que la agricultura es la principal actividad que se desarrolla dentro de este sector (sector agrícola), y se define como el conjunto de conocimientos y herramientas necesarias para la obtención de productos vegetales a través de su cultivo.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

Sector Secundario: según la división clásica, es el sector secundario (industrial). La característica principal de este sector es que de él forman parte todos aquellos procedimientos industriales que tienen el objetivo de transformar las materias primas obtenidas del primer sector (agrícola). Dentro de este sector encontramos actividades económicas como: la minería, la construcción, las actividades textiles, etc.

Sector Terciario: es el de prestación de servicios, e incluye las actividades que tienen relación con este fin. Así, incluye las actividades que ofrecen/prestan algún tipo de servicio a la comunidad y a las empresas (es decir, a las personas en general); dentro de las actividades más representativas se tiene: la medicina, la enseñanza, el comercio, el turismo, las telecomunicaciones, las finanzas, etc.

El sector al cual corresponde el objeto a contratar es el sector servicios, específicamente en las actividades enmarcadas en el subsector de actividades profesionales o de asesoría para apoyar a la entidad en temas específicos.

De conformidad con el Boletín técnico Índice de Precios al Consumidor (IPC) Enero 2026, en lo que respecta a la variación y contribución mensual por divisiones de gasto para el mes de enero de 2026, *"el IPC registró una variación de 1,18% en comparación con diciembre de 2025, seis divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (1,18%): Restaurantes y hoteles (2,94%), Transporte (2,14%), Bebidas alcohólicas y tabaco (1,79%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,66%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (1,50%) y por último, Salud (1,21%). Por debajo se ubicaron: Bienes y servicios diversos (0,79%), Recreación y cultura (0,50%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,23%), Prendas de vestir y calzado (0,18%), Información* y comunicación (0,06%) y por último, Educación (0,00%)[1]"

[1] Tomado de https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/ene2026/bol-IPC-ene2026.pdf

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

Cuadro 1. IPC Variación y contribución mensual
Según divisiones de gasto
Enero 2025 - 2026

		2025		2026	
Divisiones de Gasto	Peso (%)	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales	Variación (%)	Contribución Puntos Porcentuales
Restaurantes y hoteles	9,43	1,90	0,21	2,94	0,33
Transporte	12,93	1,71	0,23	2,14	0,29
Bebidas alcohólicas y tabaco	1,70	0,64	0,01	1,79	0,03
Alimentos y bebidas no alcohólicas	15,05	1,62	0,30	1,66	0,31
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,19	0,70	0,03	1,50	0,06
Salud	1,71	1,04	0,02	1,21	0,02
TOTAL	100,00	0,94	0,94	1,18	1,18
Bienes y servicios diversos	5,36	0,54	0,03	0,79	0,04
Recreación y cultura	3,79	-0,18	-0,01	0,50	0,02
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	33,12	0,39	0,12	0,23	0,07
Prendas de vestir y calzado	3,98	-0,15	0,00	0,18	0,01
Información y comunicación	4,33	-0,19	-0,01	0,06	0,00
Educación	4,41	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: DANE, IPC

1.3.2. ANÁLISIS ECONÓMICO SECTOR DE SERVICIOS

El sector de servicios de comunicación, publicidad institucional y gestión de medios forma parte del sector terciario de la economía colombiana, específicamente dentro de las actividades de servicios empresariales, información y comunicaciones. Este sector ha presentado una dinámica de transformación y crecimiento sostenido, impulsado por la digitalización de los canales de información, la expansión de las plataformas tecnológicas y la necesidad de las entidades públicas de fortalecer sus estrategias de divulgación y posicionamiento institucional.

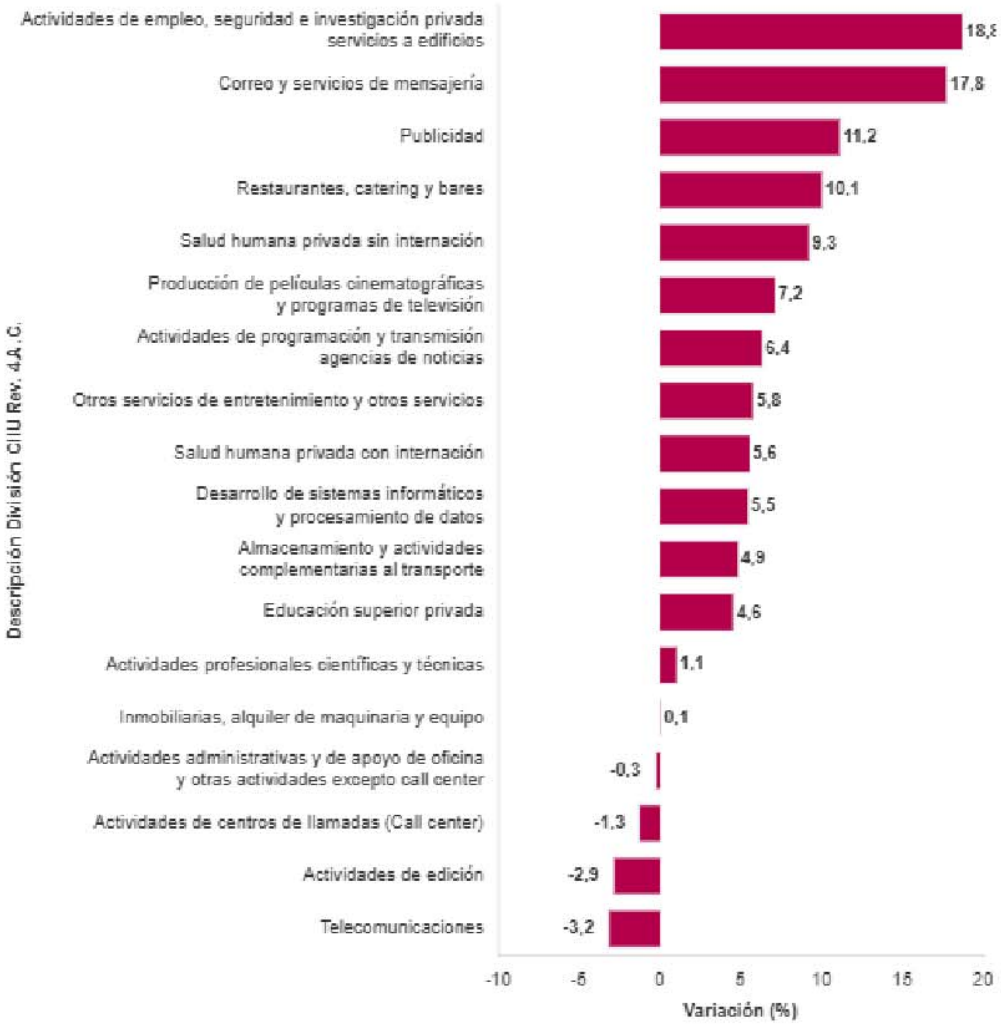
Las actividades asociadas a la gestión de medios, tales como la planeación estratégica de campañas, compra y optimización de pauta publicitaria, difusión de contenidos en medios impresos, digitales, radiales y televisivos, así como la medición de impacto y segmentación de audiencias, se encuentran directamente relacionadas con el sector de servicios de información y comunicaciones. De acuerdo con información del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, este subsector presenta variaciones relevantes en sus ingresos y en su estructura de empleo, reflejando un comportamiento dinámico influenciado por la inversión publicitaria, el crecimiento de los medios digitales y la evolución en los hábitos de consumo de información.

En el contexto institucional, la contratación de servicios de central de medios y divulgación responde a la necesidad de garantizar eficiencia, cobertura y posicionamiento de las acciones misionales de la entidad, asegurando la adecuada difusión de programas, proyectos y resultados institucionales a nivel nacional. Este tipo de contratación permite a la entidad optimizar el uso de los recursos públicos, mediante la articulación de estrategias integrales de comunicación y la utilización de

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

herramientas técnicas especializadas, delegando en un operador con experiencia la planeación, ejecución y seguimiento de las acciones de difusión en los diferentes canales de comunicación.

Con el fin de observar el comportamiento del sector económico de servicios se acudió a la Encuesta Mensual de Servicios, la cual es una operación estadística por medio de la cual el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) obtiene la información de las variables principales del sector servicios para el análisis de su evolución en el corto plazo.



Tomado de:
Boletín técnico- 16 de abril de 2026
Fuente: DANE

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

Del análisis de la Encuesta Mensual de Servicios del DANE con corte a febrero de 2026, se evidencia que el subsector de publicidad registra una variación positiva del 11,2% en los ingresos nominales, lo que refleja un crecimiento significativo dentro del sector servicios. Este comportamiento permite inferir que el mercado de servicios de comunicación, publicidad institucional y gestión de medios presenta una dinámica de expansión y consolidación, impulsada por la digitalización de los canales de información y la creciente necesidad de posicionamiento estratégico de las entidades. En consecuencia, se concluye que el sector cuenta con condiciones favorables de oferta, demanda activa y estabilidad económica, lo cual respalda la viabilidad del proceso de contratación y la razonabilidad del presupuesto oficial definido.

1.3.3. COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES MACROECONÓMICAS

Las variables económicas colombianas que se tienen en cuenta para el presente análisis general son las que afectan el objeto a contratar, para nuestro caso son: Producto Interno Bruto (PIB); TRM e inflación.

- **PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB):**

Con fundamento en la información oficial del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, contenida en el boletín técnico de Producto Interno Bruto (PIB) publicado el 16 de febrero de 2026, correspondiente a las cuentas nacionales trimestrales (PIB_T) con corte al cuarto trimestre de 2025pr, se evidencia que la economía colombiana mantiene un comportamiento de crecimiento moderado y sostenido, registrando una variación anual del 2,6% en 2025pr respecto a 2024p, lo cual configura el escenario macroeconómico vigente para la estructuración del presente proceso contractual .

Desde el enfoque de la producción, la dinámica económica actual se encuentra claramente liderada por el sector servicios, el cual continúa consolidándose como el principal motor del crecimiento. En efecto, las actividades de comercio, transporte, alojamiento y servicios de comida presentan un crecimiento del 4,6%, seguidas por el sector de administración pública, educación y salud con un 4,5%, y las actividades artísticas, de entretenimiento y otros servicios con un crecimiento del 9,9%, siendo estas últimas las de mayor expansión relativa dentro de la economía nacional.

A nivel coyuntural, el comportamiento del cuarto trimestre de 2025pr, que constituye el referente más actualizado disponible para 2026, evidencia una variación positiva del 2,3% anual, manteniendo la tendencia de crecimiento estable. En este periodo, las actividades con mayor contribución al valor agregado corresponden nuevamente a la administración pública, educación y salud (4,8%), el comercio y servicios asociados (3,4%) y las actividades artísticas y de entretenimiento (11,5%), lo que confirma un

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

patrón estructural de fortalecimiento de sectores intensivos en servicios, comunicación y circulación de información.

Desde la perspectiva del gasto, el crecimiento económico se encuentra soportado principalmente en el consumo final, el cual registra una expansión del 4,2% anual, impulsado tanto por el consumo de los hogares (3,6%) como por el gasto del gobierno general (7,1%), lo cual resulta particularmente relevante para el análisis de demanda en procesos contractuales del sector público. Este comportamiento evidencia un entorno en el cual la demanda institucional y el gasto público continúan siendo determinantes en la dinamización de los sectores económicos asociados a la prestación de servicios.

Ahora bien, al integrar el análisis macroeconómico con el estudio del mercado relevante, se observa que los servicios de divulgación institucional, comunicación estratégica y ejecución de planes de medios se encuentran directamente insertos dentro de las actividades económicas que presentan mayor dinamismo y contribución al crecimiento del PIB, particularmente aquellas relacionadas con:

- Actividades artísticas, de entretenimiento y otros servicios (crecimiento del 9,9%).
- Comercio, transporte y servicios asociados (4,6%).
- Actividades profesionales, científicas y técnicas (1,3%), que comprenden servicios especializados de apoyo, comunicación y gestión.

En este contexto, la evidencia empírica permite concluir que existe una demanda sostenida y creciente en el mercado de servicios de comunicación y divulgación, impulsada tanto por el consumo privado como por el gasto público, lo cual incide directamente en la formación de precios, la estructura de costos y la disponibilidad de oferentes en el sector.

Desde la perspectiva presupuestal, este entorno macroeconómico tiene implicaciones directas en la estimación del valor del contrato, en tanto:

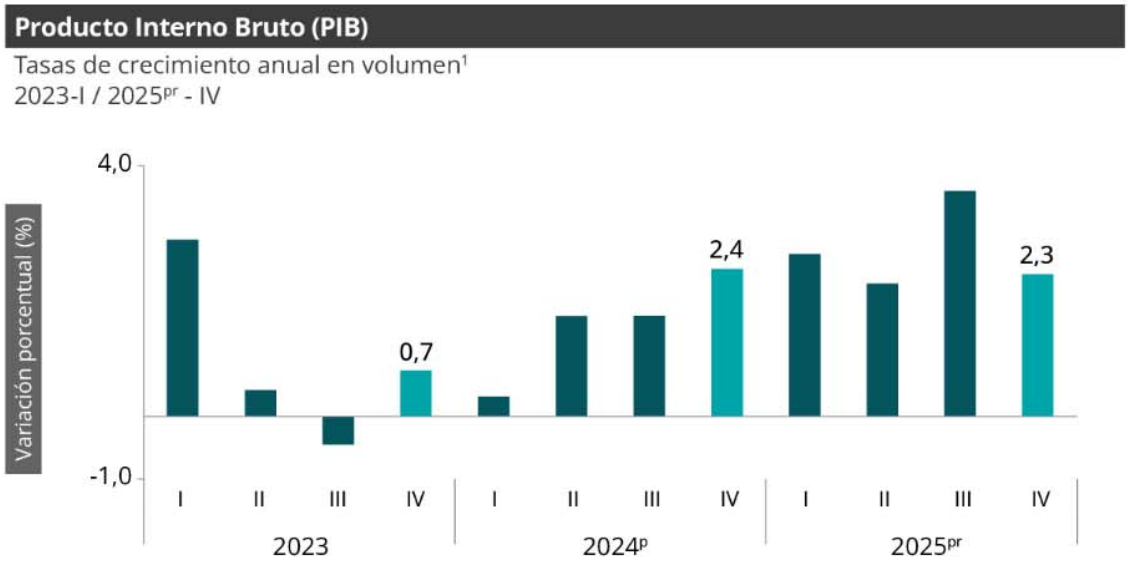
i) La expansión del consumo final y del gasto público genera presiones de demanda sobre los servicios objeto de contratación, lo cual justifica la utilización de referencias de mercado actualizadas y metodologías de indexación para reflejar condiciones reales de precio.
ii) El crecimiento diferencial de las actividades artísticas, de entretenimiento y servicios asociados evidencia un incremento en la valoración económica de estos servicios, lo cual debe ser considerado en la estructuración del presupuesto oficial, evitando subestimaciones que puedan afectar la pluralidad de oferentes o la ejecución contractual.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

iii) La estabilidad macroeconómica, reflejada en un crecimiento trimestral ajustado del 0,1%, indica un entorno de relativa previsibilidad en precios, lo que permite aplicar metodologías de promedios ponderados e indexación sin incurrir en riesgos significativos de volatilidad.

En ese orden de ideas, el análisis económico permite sustentar técnicamente que el presupuesto oficial del proceso contractual debe estructurarse con base en criterios de mercado actualizados, incorporando variables de comportamiento sectorial, dinámica de la demanda y evolución de precios, en concordancia con lo dispuesto en el Decreto 1082 de 2015 y la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector (GEES) de Colombia Compra Eficiente.

En consecuencia, se concluye que el proceso de contratación objeto de análisis se desarrolla en un entorno económico favorable, caracterizado por el crecimiento sostenido del sector servicios y por una demanda consolidada de servicios de comunicación y divulgación institucional, lo cual justifica plenamente la necesidad de la contratación y respalda la razonabilidad técnica y económica del presupuesto estimado, en tanto este se encuentra alineado con las condiciones reales del mercado y con los sectores que mayor contribución realizan al crecimiento del Producto Interno Bruto.



Tomado de:
Boletín técnico- 16 de FEBRERO de 2026
Fuente: DANE[2]

[2] https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

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

Con fundamento en la información oficial del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) constituye un indicador clave para analizar la evolución de los precios y el comportamiento inflacionario en la economía colombiana. Para el periodo analizado, correspondiente a marzo de 2026, se evidencia que la variación mensual del IPC fue de 0,78%, la variación año corrido alcanzó el 3,07% y la variación anual se ubicó en 5,56%, lo cual refleja una dinámica inflacionaria moderada con tendencia al alza en comparación con el año anterior.

En efecto, la variación anual del IPC para marzo de 2026 (5,56%) resulta superior en 0,47 puntos porcentuales frente al mismo periodo de 2025 (5,09%), lo que evidencia una presión inflacionaria creciente, particularmente en los componentes asociados al costo de vida y a los servicios esenciales. Este comportamiento confirma que, si bien la inflación se mantiene en rangos controlados, presenta incrementos que impactan directamente la estructura de costos de los bienes y servicios en la economía.

IPC	Marzo					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,52	**0,78**	2,62	**3,07**	5,09	**5,56**

Fuente: DANE, IPC

El análisis de la variación mensual del IPC en marzo de 2026 (0,78%) permite identificar que su comportamiento estuvo explicado principalmente por el incremento en las divisiones de Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, así como en Alimentos y bebidas no alcohólicas, lo cual evidencia el impacto de factores estructurales relacionados con servicios básicos y consumo esencial. Asimismo, las mayores variaciones se registraron en las divisiones de Información y comunicación (2,96%) y Alimentos y bebidas no alcohólicas (1,27%), sectores que inciden directamente en los costos operativos, logísticos y tecnológicos de las actividades económicas.

En este contexto, la evolución del IPC permite concluir que la economía colombiana presenta un escenario de incremento progresivo en los precios, con efectos directos sobre los costos de prestación de servicios, especialmente aquellos vinculados a infraestructura, comunicaciones, producción y logística.

En consecuencia, para el proceso contractual objeto de análisis, el comportamiento del IPC resulta determinante en la medida en que impacta la estructuración del presupuesto oficial, la estimación de precios de mercado y el equilibrio económico del contrato, toda vez que

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

los servicios de divulgación, comunicación y plan de medios se encuentran directamente influenciados por variaciones en costos de servicios públicos, tecnologías de la información y producción de contenidos, lo que justifica la necesidad de incorporar este indicador como variable económica relevante en la planeación contractual.

- **TASA REPRESENTATIVA DEL MERCADO (TRM)**

La Tasa Representativa del Mercado (TRM) es el indicador oficial que refleja el valor diario del peso colombiano frente al dólar de los Estados Unidos, determinado a partir del promedio ponderado de las operaciones de compra y venta de divisas realizadas por los intermediarios del mercado cambiario autorizados. En términos prácticos, expresa la cantidad de pesos colombianos requeridos para adquirir un dólar, constituyéndose en una referencia clave para la economía nacional.

El análisis del comportamiento de la TRM, conforme a la gráfica presentada, evidencia una tendencia de crecimiento en el largo plazo con episodios de volatilidad, alcanzando niveles superiores a los $4.000 COP/USD en periodos recientes, seguido de una fase de corrección y estabilización, lo que indica una apreciación relativa del peso colombiano. Este comportamiento responde a variables macroeconómicas como la inflación, la política monetaria y las condiciones del mercado internacional.



Tomado de: https://suameca.banrep.gov.co/estadisticas-economicas/informacionSerie/1/tasa_cambio_peso_colombiano_trm_dolar_usd

En el marco del proceso contractual, la TRM es relevante en tanto incide en los costos asociados a servicios tecnológicos, plataformas digitales y componentes internacionales, lo cual impacta la estimación de precios y el equilibrio económico del contrato, especialmente en servicios de divulgación y ejecución de planes de medios.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

- **COMPORTAMIENTO HISTÓRICO SALARIO MÍNIMO**

El Salario Mínimo Legal Mensual Vigente (SMMLV) constituye un indicador económico relevante que permite analizar la evolución de los costos laborales en Colombia, en la medida en que fija el ingreso base para la remuneración de los trabajadores y sirve como referencia para la estructuración de costos en múltiples sectores económicos.

De acuerdo con la información presentada, se observa un crecimiento sostenido del salario mínimo en el periodo 2019–2026, pasando de $828.116 en 2019 a $1.750.905 en 2026, lo que evidencia una tendencia al alza en los costos laborales. En particular, se destacan incrementos significativos en los últimos años, como el 16,00% en 2023, el 12,07% en 2024, el 9,54% en 2025 y un incremento proyectado del 23,00% para 2026, lo cual refleja una política de ajuste salarial orientada a compensar los efectos de la inflación y mejorar el poder adquisitivo de los trabajadores.

Este comportamiento evidencia que el SMMLV no solo ha tenido un crecimiento nominal, sino también un impacto directo en la estructura de costos de las empresas, especialmente en aquellas actividades intensivas en mano de obra o que requieren personal técnico, operativo y logístico para la prestación de servicios.

Vigencia	Salario Mínimo Mensual ($)	Variación Anual (%)
2019	828.116	—
2020	877.803	6,00%
2021	908.526	3,50%
2022	1.000.000	10,07%
2023	1.160.000	16,00%
2024	1.300.000	12,07%
2025*	1.300.000	0,00%
2026**	2.000.000	53,85%

En ese sentido, el incremento progresivo del salario mínimo incide en variables como honorarios, costos administrativos, operativos y de apoyo, generando un efecto en cadena sobre el valor de los servicios en el mercado.

En consecuencia, para el proceso contractual objeto de análisis, el comportamiento del SMMLV resulta determinante en la medida en que impacta la estimación de los costos del talento humano, la estructuración del presupuesto oficial y el equilibrio económico del contrato, particularmente en servicios de divulgación, comunicación y ejecución de planes de medios que requieren personal especializado y operativo para su adecuada implementación.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

- **ANÁLISIS DE MIPYMES**

De acuerdo con la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley MiPymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004); y posteriormente por el Decreto MinCIT No. 957 del 5 de junio de 2019, se establece que en Colombia el segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas de acuerdo con los ingresos como se detalla a continuación:

Cuadro clasificación 2026 1 UVT= $52.374 pesos:

Clasificación	Manufactura	Servicios	Comercio
Microempresas	Hasta $1.234.088.562	Hasta $1.727.713.512	Hasta $2.344.731.606
Pequeñas empresas	Superior a $1.234.088.562 y hasta $10.736.408.130	Superior a $1.727.713.512 y hasta $6.910.801.674	Superior a $2.344.731.606 y hasta $22.583.459.304
Medianas empresas	Superior a $10.736.408.130 y hasta $90.950.855.310	Superior a $6.910.801.674 y hasta $25.298.422.716	Superior a $22.583.459.304 y hasta $113.164.082.808
Grandes empresas	Superior a $90.950.855.310	Superior a $25.298.422.716	Superior a $113.164.082.808

Tomado de: https://www.bancoldex.com/es/sobre-bancoldex/quienes-somos/clasificacion-deempresas-en-colombia

Durante el primer semestre de 2025 se registraron 173.907 nuevas empresas, lo que representa un aumento del 1,9% en comparación con el mismo periodo de 2024, cuando se crearon 170.741. Del total registrado en 2025, el 74% correspondió a personas naturales y el 26% a sociedades. La creación de empresas por personas naturales aumentó un 2,5%, pasando de 125.849 en el primer semestre de 2024 a 129.048 en 2025. Por su parte, las sociedades registraron una leve disminución del 0,1%, al pasar de 44.892 a 44.859.

En términos de tamaño empresarial, el crecimiento estuvo explicado en su totalidad por las microempresas, que aumentaron un 1,9%, mientras que las pequeñas (-12,6%), medianas (-15%) y grandes (-62,5%) presentaron disminuciones. Por sectores económicos, el comercio fue el principal impulsor de la creación de empresas, con un crecimiento del 3,3%, seguido por servicios (1,9%) y agricultura (16%). En contraste, los sectores de construcción (-8,2%) e industria (-3,2%) registraron caídas en el número de nuevas empresas.

En materia de generación de empleo, el 43,8% de las nuevas empresas creó al menos un empleo. De estas, el 39% pertenece al subsector de comercio al por mayor y al por menor; el 17% a alojamiento y servicios de comida; el 10% a industrias manufactureras; el 6% a actividades profesionales, científicas y técnicas; y el 5% a otras actividades de servicios.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

En cuanto al comportamiento mensual, la creación de empresas alcanzó su mayor nivel en marzo y el menor en abril, evidenciándose un repunte al cierre del semestre frente al mismo periodo de 2024. cómo se evidencia a continuación:



Tomado de: https://confecamaras.org.co/wp-content/uploads/2025/08/dinamica-de-creacionde-empresas-en-colombia-op2-web.pdf

Al analizar la evolución de la creación de empresas entre el primer semestre de 2024 y el primer semestre de 2025, clasificada según el tamaño definido por el valor de sus activos, se observa un crecimiento total del 1,9%. Este incremento está explicado en su totalidad por el aumento en la creación de microempresas (1,9%), mientras que las pequeñas registraron una disminución del 12,6%, las medianas del 15,0% y las grandes del 62,5%.

La dinámica evidencia una alta concentración en el segmento de microempresas, que continúan representando más del 99% del total de unidades creadas. En contraste, las empresas pequeñas, medianas y grandes mantienen una participación marginal dentro del total de nuevas empresas constituidas.

Tamaño	2024-1	2025-1	Variación %	Contribución
Microempresa	170.213	173.450	1,9%	1,9%
Pequeña	500	437	-12,6%	0,0%
Mediana	20	17	-15,0%	0,0%
Grande	8	3	-62,5%	0,0%
Total	**170.741**	**173.907**	**1,9%**	**1,9%**

Fuente: RUES – Registro Único Empresarial y Social

Tomado de: https://confecamaras.org.co/wp-content/uploads/2025/08/dinamica-de-creacionde-empresas-en-colombia-op2-web.pdf

Así las cosas, con el ánimo de fortalecer la participación de las MiPymes en los procesos de convocatoria del estado, se efectuarán los diferenciales de ley con el ánimo de apoyar a este gremio, teniendo en cuenta son fundamentales para la economía colombiana y

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

que representan la mayor parte de las empresas del país, generan la mayor parte del empleo y contribuyen con una gran parte del PIB.

1.3.4. LEGAL Y REGULATORIO

De manera complementaria, dentro de la normatividad que regula el sector, se encuentra la siguiente:

- Ley 1474 de 2011, por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. Artículo 10 relacionado con Presupuesto de publicidad.
- LEY 1480 de 2011, (octubre 12) Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 4326 de 2011 (noviembre 11) Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011, el cual hace referencia que las entidades publica pueden realizar divulgaciones directa o indirectamente "Actividades de divulgación de sus programas y políticas".
- 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.
- Decreto 1369 de 2014 Nivel Nacional: Establece los requisitos que deberá cumplir la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los servicios que generen beneficios ambientales.
- Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria: Expedido por la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP).
- Código de publicidad y de comunicaciones de mercadeo de la ICC.
- En el marco regulatorio aplicable se incluye la Ley 182 de 1995, solo en aquello que conserve vigencia y resulte compatible con la normativa posterior, en particular con el artículo 32 de la Ley 1150 de 2007, disposición derogatoria según la cual se entienden derogadas las normas de la Ley 182 de 1995 que contraríen lo previsto en dicha ley, así como con las reformas introducidas por la Ley 1978 de 2019 al régimen institucional y regulatorio del sector TIC y audiovisual.
- Ley 1978 de 2019, por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias y se dictan otras disposiciones, norma vigente que establece el marco regulatorio actual del sector de comunicaciones en Colombia bajo un enfoque de convergencia tecnológica.

  En virtud de esta ley, se redefinen las competencias institucionales y se consolida a la Comisión de Regulación de Comunicaciones como regulador del sector, integrando la regulación de servicios de televisión, radiodifusión sonora, contenidos audiovisuales y servicios digitales, aspectos directamente relacionados con las

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

actividades de planeación estratégica de medios, compra de pauta y difusión en medios masivos y digitales que constituyen el objeto del presente proceso.

2. ESTUDIO DE LA OFERTA

De conformidad con el Artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015 Modificado por el Artículo 1 del Decreto 399 de 2021: *"Los estudios y documentos previos son el soporte para elaborar el proyecto de pliegos, los pliegos de condiciones y el contrato. Estos deben permanecer a disposición del público durante el desarrollo del Proceso de Contratación y contener los siguientes elementos, además de los indicados para cada modalidad de selección:*

(…) 4. El valor estimado del contrato y la justificación del mismo. Cuando el valor del contrato esté determinado por precios unitarios, la Entidad Estatal debe incluir la forma como los calculó y soportar sus cálculos presupuestales en la estimación de aquellos. Si el contrato es de concesión, la Entidad Estatal no debe publicar el modelo financiero utilizado en su estructuración."

El presente análisis del sector y del valor estimado del presente proceso de contratación se adelanta en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 25 numeral 7 de la Ley 80 de 1993, el artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y los artículos 2.2.1.1.1.6.1 y 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015, con el fin de identificar las condiciones del mercado, analizar la oferta y la demanda, garantizando la adecuada planeación y el uso eficiente de los recursos públicos.

El estudio de mercado permite comprender la dinámica de los precios y establecer el presupuesto oficial de la contratación. Este comprende la realización de un análisis de los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar que se registran en el mercado, los cuales pueden consultarse a través de mecanismos como la solicitud de cotizaciones, la consulta de bases de datos especializadas y el análisis de precios históricos. También involucra el análisis de las variables consideradas para calcular el presupuesto oficial o precio del contrato.

Para tal efecto, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación adelantó un estudio de mercado mediante dos mecanismos complementarios: i) la publicación de solicitud de información a proveedores en la plataforma SECOP II bajo el consecutivo No. SIP-OAC-001-2026, realizada entre el 17 de febrero de 2026 y el 25 de febrero de 2026, y ii) identificación de proveedores del sector registrados en la plataforma SECOP II según los códigos de clasificación del presente proceso y participantes en procesos de selección pública consolidando un listado empresas del sector de publicidad, comunicación estratégica y gestión de medios.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

Como resultado de esa revisión, se identificaron, entre otros, los siguientes proveedores que aparecen referenciados en procesos, invitaciones, estudios de sector, evaluaciones o contratos relacionados con servicios de central de medios y plan de medios: Consorcio Nacional de Medios S.A.; Dortiz Publicidad y Medios S.A.S.; Bermúdez Asociados Televisión S.A.S.; Havas Digital S.A.S.; GroupM Trading Colombia S.A.S.; Carat Colombia S.A.S.; Sintonizar Medios S.A.S.; Pubblica S.A.S.; Century Media S.A.S.; Yuju Publicidad y Entretenimiento S.A.S.; Grupo One S.A.S.; Tiempos y Espacios S.A.S.; Comunicación Radial Ltda.; Proximia S.A.S.; Real Performance Media S.A.S.. Estas empresas fueron ubicadas en documentos oficiales donde se relacionan proveedores cotizados del sector, proponentes en procesos para central de medios o contratistas vinculados a dichos servicios.

En cuanto a sus **principales características,** se evidencia que el mercado está integrado por una combinación de: i) **centrales de medios y agencias de medios de alcance nacional**, con capacidad de negociación y compra de pauta en varios canales simultáneamente; ii) **firmas medianas especializadas** en estrategia, intermediación, monitoreo y optimización de pauta; y iii) **operadores o articuladores de medios regionales, comunitarios o alternativos**, que permiten ampliar cobertura territorial y segmentar audiencias. La experiencia observada en procesos públicos muestra que no se trata de un mercado cerrado ni de un único tipo de proveedor, sino de un ecosistema con pluralidad de oferentes y distintos niveles de especialización.

Respecto de la **ubicación geográfica**, se advierte una clara concentración de proveedores en **Bogotá D.C.**, lo cual es consistente con la centralización de agencias, centrales de medios, comercializadores y matrices de negociación con grandes medios. No obstante, también se identifican proveedores con domicilio o presencia en Antioquia, Valle del Cauca y otras regiones, así como operadores aptos para la articulación con emisoras locales, canales regionales y medios comunitarios. En la muestra revisada aparecen expresamente empresas domiciliadas en Bogotá D.C., Medellín - Antioquia, Envigado y Cali - Valle, entre otras.

En relación con los **esquemas de producción o prestación del servicio**, se trata de un mercado de naturaleza predominantemente **intelectual, relacional y de intermediación especializada**, más que de producción material. La literatura sectorial revisada en documentos de contratación pública indica que las centrales de medios gestionan **la planificación y compra de espacios publicitarios** y definen la combinación óptima de medios según audiencia, momento y costo. Asimismo, se observa que los distintos medios se comercializan con lógicas propias: en televisión se compran segundos; en radio, cuñas o patrocinios; en prensa, columnas por centímetro; en revistas, páginas; y en internet, impresiones, clics u otras modalidades de desempeño. Esto confirma que el proveedor idóneo debe contar con capacidad de planeación, negociación, monitoreo, optimización y articulación operativa con múltiples medios y soportes.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

Frente al **tamaño empresarial,** de la revisión de procesos se desprende que participan tanto empresas con estructura robusta y cobertura nacional como firmas medianas y especializadas que concurren solas o en esquemas asociativos. En procesos públicos de central de medios se registran varios proponentes para un mismo objeto contractual, y en otros casos la entidad contratante ha señalado expresamente que la convocatoria no estaba limitada a MiPymes, lo cual sugiere un mercado con presencia de operadores de distinta escala y con capacidad para competir por contratos de mediana y alta complejidad.

Sobre el **comportamiento financiero**, este mercado exige capacidad para administrar flujo de caja, dado que la operación suele involucrar negociación, reserva, compra, programación, seguimiento y posterior facturación de espacios en medios, con pagos estatales normalmente contra ejecución certificada o por cortes periódicos. En procesos revisados se observan contratos de cuantía relevante y esquemas de pago mensuales o contra actividades ejecutadas, lo que permite concluir que la solidez financiera del proveedor resulta importante para sostener la operación, responder por la colocación oportuna de pauta y asumir contingencias de reprogramación, ajustes de campaña o cambios de parrilla.

De conformidad con lo anterior, la Entidad concluye que existe **oferta suficiente en el mercado** para atender el objeto contractual requerido, toda vez que se identifican múltiples proveedores con experiencia en contratación pública de servicios de central de medios, compra de pauta y difusión multicanal. Igualmente, se evidencia que el mercado ofrece cobertura para los componentes de planeación estratégica, radio, televisión, digital, impresos y medios alternativos/comunitarios, por medio de agencias nacionales, centrales de medios y operadores especializados con capacidad de articulación territorial.

Finalmente, se deja constancia de que los proveedores antes relacionados corresponden a **una muestra de empresas identificadas en fuentes públicas de contratación estatal,** por lo cual su inclusión en el presente análisis tiene un propósito meramente ilustrativo y de caracterización del mercado, y no restringe la pluralidad de oferentes ni limita la participación de otros posibles interesados en el proceso de selección.

Nota metodológica: La identificación de proveedores se realizó a partir de documentos públicos de procesos contractuales, estudios de sector, invitaciones, evaluaciones y reportes oficiales asociados a servicios de central de medios, plan de medios y compra de pauta en el ecosistema SECOP/contratación estatal.

2.1. ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.1.1. Antecedentes en contratación de la Entidad

En cumplimiento de las recomendaciones establecidas en la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector de Colombia Compra Eficiente, la cual señala la necesidad de analizar

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

el comportamiento del gasto histórico como parte del estudio de la demanda, se procede a identificar los antecedentes contractuales de la entidad en relación con la contratación de servicios similares al objeto del presente proceso.

En vigencias anteriores, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación ha adelantado procesos contractuales orientados a la prestación de servicios de pauta y divulgación en medios de comunicación, evidenciando una línea de contratación continua y coherente con sus necesidades institucionales de comunicación estratégica y difusión de acciones misionales.

De acuerdo con la información disponible, se identifican los siguientes antecedentes relevantes:

Vigencia	Contratista	N. Contrato	Valor	Objeto	Modalidad
2025	Radio Televisión Nacional de Colombia.	557 - 2025	$ 649.684.900	Prestación del servicio de pauta en medios de comunicación impresos, digitales, televisivos, radiales y otros para la ejecución de la estrategia y/o plan de medios diseñada por la Oficina Asesora de Comunicaciones con el fin de difundir las acciones misionales del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación	Contratación directa
2024	Radio Televisión Nacional de Colombia.	1053-2024	$ 767.000.000	Prestación del servicio de pauta en medios de comunicación impresos, digitales, televisivos, radiales y otros para la ejecución de la estrategia y/o plan de medios diseñada por la oficina asesora de comunicaciones con el fin de difundir las acciones misionales del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.	Contratación directa
2020	Radio Televisión Nacional de Colombia.	796-2020	$ 65.030.372	Prestar los servicios de preproducción, producción, postproducción y transmisión en directo de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, vigencia 2019.	Contratación directa

Del análisis de los contratos suscritos en las vigencias 2020, 2024 y 2025, se observa que la entidad ha recurrido de manera reiterada a la contratación con Radio Televisión Nacional de Colombia, bajo la modalidad de contratación directa, para la ejecución de actividades relacionadas con:

- Pauta en medios de comunicación impresos, digitales, televisivos y radiales.
- Producción, preproducción, postproducción y transmisión de contenidos.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

- Ejecución de estrategias de comunicación institucional.
- Difusión de acciones misionales y rendición de cuentas.

En términos económicos, se evidencia una variación significativa en los valores contratados, pasando de aproximadamente $65 millones en 2020, asociados a servicios específicos de producción audiovisual, a valores superiores a $649 millones en 2025 y $767 millones en 2024, lo que refleja una ampliación del alcance contractual hacia esquemas integrales de plan de medios.

Asimismo, se identifica una evolución en el objeto contractual, transitando desde servicios puntuales de producción y transmisión hacia la contratación integral de estrategias de pauta en medios, lo cual demuestra una mayor complejidad técnica, cobertura y necesidad institucional.

En ese sentido, los antecedentes permiten evidenciar un comportamiento recurrente de contratación en el sector de comunicaciones, con proveedores especializados y bajo esquemas de contratación directa, lo cual constituye un insumo relevante para el análisis del mercado, la estructuración del proceso y la definición de condiciones técnicas y económicas.

En consecuencia, para el proceso contractual objeto de análisis, estos antecedentes evidencian la existencia de una demanda institucional consolidada y creciente en servicios de divulgación y plan de medios, lo cual justifica la estructuración de un proceso que garantice mayor pluralidad de oferentes, eficiencia en la contratación y optimización de recursos, en concordancia con los principios de planeación, transparencia y selección objetiva.

2.1.2. Históricos de otras entidades públicas

De conformidad con lo establecido por la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente, el análisis de la demanda implica la revisión del comportamiento histórico de adquisiciones de bienes y servicios similares, con el fin de identificar referentes que permitan comprender las condiciones del mercado y la forma en que otras entidades estatales han satisfecho necesidades análogas.

En ese sentido, y teniendo en cuenta que el objeto del presente proceso contractual corresponde a la prestación de servicios especializados de plan de medios, divulgación institucional, producción de contenidos y comunicación estratégica, se procedió a identificar y analizar procesos contractuales adelantados por diferentes entidades públicas del orden nacional y territorial, cuyos objetos guardan relación directa con el servicio requerido, tales como la ejecución de estrategias de comunicación, central de medios, producción audiovisual y posicionamiento institucional.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

En desarrollo del presente estudio del sector, y conforme a la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector de Colombia Compra Eficiente, la Entidad adelantó la revisión de treinta (30) procesos de contratación en la plataforma SECOP II, celebrados entre junio de 2025 y marzo de 2026, con objetos contractuales iguales o similares al que se pretende contratar. Como resultado de dicho análisis, se evidenció que únicamente tres (3) de estos procesos contemplaron el reconocimiento expreso de un fee o porcentaje de intermediación, lo cual permite concluir que dicha práctica no constituye una condición generalizada del mercado, ni un estándar predominante en la estructuración de este tipo de contratos.

Este ejercicio comparativo permite evidenciar que existe una demanda institucional consolidada en el sector público respecto de este tipo de servicios, desarrollada a través de diversas modalidades contractuales y con alcances técnicos similares, orientados a la planeación, ejecución, seguimiento y optimización de la pauta en medios, así como a la producción y difusión de contenidos institucionales.

No obstante, se precisa que, dada la naturaleza especializada del servicio y la diversidad de modalidades utilizadas por las entidades (incluyendo contratación directa, mínima cuantía y licitación pública), el presente análisis tiene como finalidad caracterizar la necesidad, el tipo de servicio y las condiciones generales de ejecución, mas no establecer valores de referencia, en atención a la heterogeneidad de los procesos identificados.

En consecuencia, los procesos contractuales referenciados constituyen un insumo técnico relevante para la estructuración del presente proceso bajo la modalidad de selección abreviada, en la medida en que permiten evidenciar prácticas del mercado, alcance de los servicios y condiciones de prestación, garantizando coherencia con la dinámica del sector.

Entidad Estatal	Referencia	Descripción	MODALIDAD DE SELECCIÓN	presupuesto oficial
ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	SAMC-SEGD-001-2026	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS ESTRATÉGICO DEL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$ 1.000.000.000,00
ALCALDÍA DEL DISTRITO TURÍSTICO Y CULTURAL DE CARTAGENA DE INDIAS	SAMC-SEGD-003-2025	LOTE 1 - «PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE CARÁCTER MASIVO, ALTERNATIVO Y COMUNITARIO CON EL FIN DE DIFUNDIR LA VISIBILIDAD DE LAS ACCIONES DE GOBIERNO DE LA SECRETAR (M	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$556.454.508,00

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

Entidad Estatal	Referencia	Descripción	MODALIDAD DE SELECCIÓN	presupuesto oficial
ALCALDIA MUNICIPAL DE FACATATIVA	FACATATIVA-SA-009-25	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y LA IMPRESIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA EL DESARROLLO, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DEL GOBIERNO FACATATIVÁ NUEST	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$185.000.000,00
ALCALDIA MUNICIPAL DE GIRARDOT	SAMC-011-2025	CONTRATAR LA EJECUCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN ESTABLECIDO POR PARTE DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES DE LA ALCALDÍA DE GIRARDOT PARA LA DIVULGACIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS GESTION	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$160.000.000,00
APOYO LOGISTICO COMANDO EJERCITO	093-SAMC-APOYOLOGÍSTICO-2025	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PAUTAS PUBLICITARIAS A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISIVOS A NIVEL NACIONAL CON DESTINO A LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS A CARGO DE AYUDANTÍA GENERAL D	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$1.195.723.116,00
Concejo Municipal de Soacha	SAMC-CMS-001-2025SAMC-CMS-001-2025	CONTRATACIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS INTEGRALES PARA LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES Y EVENTOS INSTITUCIONALES, INCLUYENDO EL APOYO AL DESARROLLO DEL PLAN DE MEDIOS Y ACCIONES PARA EL FORTALECIMIENTO DE L	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$115.744.510,00
CORPOCALDAS.	SA-005-2025	Ejecución del plan de medios vigencia 2025 y campañas institucionales de Corpocaldas	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$ 76.018.062,00
CORPOCESAR	SAMC-001-2026	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA ORGANIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS EN LOS FORMATOS TELEVISIVOS, RADIALES, ESCRITOS Y WEB CON EL PROPÓSITO DE DIFUNDIR LOS DIFERENTES PROGRAMAS	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$440.000.000,00
CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DEL CAUCA 12	CRC-SA-0052-2025	CONTRATAR LA EJECUCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS PARA LA DIVULGACIÓN DE LAS PIEZAS Y ACTIVIDADES QUE HACEN PARTE DE LA ESTRATEGIA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL Y GESTIÓN DE LA CRC DIRIGIDA A LOS	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$ 80.000.000,00
CORPORACION MUSEO HISTORICO DE CARTAGENA DE INDIAS	SAMC-MH-001-2025	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES DEL PLAN DE MEDIOS A LA CORPORACIÓN MUSEO HISTÓRICO DE CARTAGENA DE INDIAS (MUHCA) nor Cuantía)) (Pre	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$154.334.567,00

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

Entidad Estatal	Referencia	Descripción	MODALIDAD DE SELECCIÓN	presupuesto oficial
CUNDINAMARCA-ALCALDIA MUNICIPIO MOSQUERA	SA-002-2026	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DISEÑO, ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO INFORMATIVO Y DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN OFICIAL A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$301.687.582,00
DEFENSORÍA DEL PUEBLO	DEF-SAMC-01-2025	PLAN DE MEDIOS	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$ 1.000.000.000,00
DEPARTAMENTO DE CORDOBA	SS-SAM-011-2025	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA FORTALECER LA GESTIÓN DE LA SALUD PÚBLICA (SALUD MENTAL) PARA EL ABORDAJE INTEGRAL DE LA CONDUCTA SUICIDA EN ARTICULACIÓN CON LAS DLS, IPS, EAPB, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$699.889.487,00
DEPARTAMENTO DE SANTANDER	AD-SA-25-19	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN UN PLAN DE MEDIOS QUE PERMITA LA DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS Y COMUNITARIOS DE PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN Y VIRTUALES DE LA OFERTA INSTITUCIONAL	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$ 1.000.000.000,00
GOBERNACIÓN DE LA GUAJIRA	SAMC-011-2025	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES, PUBLICIDAD Y MANEJO DE PLAN DE MEDIOS PARA LAS ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS DE LOS LINEAMIENTOS DEL PROGRAMA AMPLIADO DE INMUNIZACIONES (PAI), LA PROMOCIÓN DE L	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$500.000.000,00
GOBERNACION DE SUCRE	SA-SDSD-03-MC-2025	PRESTACION DE SERVICIO PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA EJECUCION DEL PIC DE LA SECRETRIA DE SALUD DEPARTAMENTAL VIGENCIA 2025 EN EL DEPARTAMENTO DE SUCRE.	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$779.999.373,00
INSTITUTO DE DEPORTE, RECREACIÒN Y ACTIVIDAD FÌSICA	SAMEC-007-2025	DIFUSIÓN Y PUBLICACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$ 80.000.000,00
INSTITUTO FINANCIERO PARA EL DESARROLLO DEL HUILA	INFI-SAMC-002-2025.	IMPLEMENTAR EL PLAN DE MEDIOS PARA LA PROMOCIÓN, PAUTA Y DIVULGACIÓN DE CONTENIDOS RELACIONADOS CON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL INFIHUILA,	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$ 80.000.000,00

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

Entidad Estatal	Referencia	Descripción	MODALIDAD DE SELECCIÓN	presupuesto oficial
MUNICIPIO DE FLORENCIA	SAMCOAJC 004-2026	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA EMISIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL MARCO DE LA GESTIÓN DE RECAUDO Y DEL ACCIONAR INSTITUCIONAL, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON COBERTURA	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$499.947.200,00
MUNICIPIO DE FLORENCIA	SAMCOAJC 012-2025	PRESTAR SERVICIOS DE APOYO A LA EMISIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL MARCO DE LA GESTIÓN DE RECAUDO Y DEL ACCIONAR INSTITUCIONAL, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON COBERTURA	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$309.400.000,00
MUNICIPIO DE TUNJA/	SA-AMT-0142025	PLAN DE MEDIOS	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$299.995.341,55
MUNICIPIO DE YUMBO VALLE	SAMC-SG-001-2025	PLAN DE MEDIOS	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$349.995.500,00
MUNICIPIO LA DORADA	SAMC-001-LD-2026	PRESTAR SERVICIOS INTEGRALES PARA LA DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN DENTRO DEL PLAN DE MEDIOS DEL MUNICIPIO DE LA DORADA	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$300.000.000,00
MUNICIPIO LA DORADA	SAMC-001-LD-2025	PRESTAR SERVICIOS INTEGRALES PARA LA DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN DENTRO DEL PLAN DE MEDIOS DEL MUNICIPIO DE LA DORADA	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$366.500.000,00
REGION ADMINISTRATIVA Y DE PLANEACION ESPECIAL - RAPE REGION CENTRAL	SAMC-01-2025	Divulgar en medios de comunicación masiva las acciones y proyectos de la RAP-E Región central con el propósito de fortalecer su posicionamiento y contribuir al cumplimiento del plan estratégico	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$ 74.086.743,00
RNEC	SAMC 010 DE 2025 - RNEC PLAN DE MEDIOS	DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS PARA RNEC	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$509.393.884,00

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

Entidad Estatal	Referencia	Descripción	MODALIDAD DE SELECCIÓN	presupuesto oficial
SANTIAGO DE CALI DISTRITO ESPECIAL - SECRETARIA DISTRITAL DE SALUD DE CALI	4145.010.32.1.1302-2025	PLAN DE MEDIOS	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$477.435.589,00
Secretaría Privada - Alcaldía de Tuluá	280.20.5.13	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN RADIAL, ESCRITA Y CONTENIDOS DIGITALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA DIFUSIÓN	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$253.665.000,00
UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE REHABILITACIÓN Y MANTENIMIENTO VIAL	UMV-SAMC-007-2025	PRESTAR EL SERVICIO DE ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE PLAN DE MEDIOS PARA LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LAS ACTIVIDADES, PROGRAMAS Y SERVICIOS DE LA UAERMV (	SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA	$103.569.000,00
ALCALDÍA DISTRITO DE TURBO	MC - 011-2026	FORTALECIMIENTO AL PLAN DE MEDIOS PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES, NOTICIAS, PROYECTOS, CAMPAÑAS, ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES PROPIAS DE LA ADMINISTRACIÓN DISTRITAL DE TURBO	mínima CUANTIA	$ 78.000.000,00
ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES COLPENSIONES	Convocatoria Pública No. 02 de 2026	Prestación de servicios integrales para el diseño, producción y ejecución de estrategias de divulgación en medios no masivos	Contratación régimen especial (con ofertas)	$12.339.863.855,00

Del análisis de los treinta (30) procesos de contratación identificados en la plataforma SECOP II, se evidencian patrones consistentes en la forma en que las entidades estatales estructuran la adquisición de servicios de divulgación institucional, comunicación estratégica y gestión de medios.

En primer lugar, se observa que existe una demanda institucional recurrente y sostenida de este tipo de servicios, lo cual se refleja en la frecuencia de procesos adelantados por diferentes entidades del orden nacional y territorial, confirmando que se trata de una necesidad estructural asociada al cumplimiento de funciones misionales y estrategias de posicionamiento institucional.

En segundo lugar, en cuanto a las modalidades de contratación, se identifica una diversidad de mecanismos utilizados por las entidades, incluyendo contratación directa, mínima cuantía y procesos competitivos, lo cual evidencia que la selección de la modalidad depende principalmente de la cuantía, el alcance del servicio y la estrategia de contratación adoptada por cada entidad, más que de una única práctica uniforme del mercado.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

En tercer lugar, respecto de las condiciones económicas y estructuración de los contratos, el análisis permite establecer que los procesos presentan una alta heterogeneidad en la forma de remuneración, encontrándose tanto esquemas con reconocimiento de fee de intermediación como estructuras basadas en precios unitarios o valores globales. No obstante, se evidencia que el reconocimiento del fee no constituye una práctica generalizada, sino excepcional, lo cual es consistente con lo identificado en el ejercicio de depuración de cotizaciones y con la necesidad de garantizar comparabilidad en las ofertas.

Adicionalmente, se identifica que los procesos analizados comparten elementos técnicos comunes, tales como la inclusión de actividades de planeación de medios, ejecución de pauta, producción de contenidos y seguimiento de resultados, lo que permite delimitar con claridad el alcance funcional del servicio requerido y validar la pertinencia del objeto contractual definido por la Entidad.

Desde la perspectiva del comportamiento del gasto, el promedio histórico identificado constituye un referente técnico relevante que refleja condiciones reales de mercado en contratación estatal reciente, permitiendo inferir un rango de valores consistente para este tipo de servicios, el cual resulta útil para la estructuración del presupuesto oficial, sin que ello implique una adopción automática de dichos valores, en atención a las particularidades propias del proceso.

En atención a lo anterior, se concluye que el análisis evidencia que las entidades estatales han adoptado distintas estrategias de contratación para satisfacer necesidades similares, lo cual permite a la Entidad estructurar el presente proceso con criterios propios, siempre que estos se encuentren alineados con las condiciones reales del mercado y con los principios de planeación, economía y selección objetiva.

En consecuencia, los resultados del estudio de la demanda constituyen un insumo técnico idóneo para:

- Sustentar la modalidad de selección adoptada.
- Justificar la no inclusión de componentes no generalizados del mercado, como el fee de intermediación.
- Establecer criterios habilitantes y de evaluación acordes con las prácticas del sector.
- Soportar técnicamente la determinación del presupuesto oficial, en conjunto con el análisis de precios y cotizaciones.

2.2. ANÁLISIS DE PRECIOS DE REFERENCIA Y VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

De conformidad con el Artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015 Modificado por el Artículo 1 del Decreto 399 de 2021: *"Los estudios y documentos previos son el soporte*

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

para elaborar el proyecto de pliegos, los pliegos de condiciones y el contrato. Estos deben permanecer a disposición del público durante el desarrollo del Proceso de Contratación y contener los siguientes elementos, además de los indicados para cada modalidad de selección:

(…) 4. El valor estimado del contrato y la justificación del mismo. Cuando el valor del contrato esté determinado por precios unitarios, la Entidad Estatal debe incluir la forma como los calculó y soportar sus cálculos presupuestales en la estimación de aquellos. Si el contrato es de concesión, la Entidad Estatal no debe publicar el modelo financiero utilizado en su estructuración."

El presente análisis del sector y del valor estimado del presente proceso de contratación se adelanta en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 25 numeral 7 de la Ley 80 de 1993, el artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y los artículos 2.2.1.1.1.6.1 y 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015, con el fin de identificar las condiciones del mercado, analizar la oferta y la demanda, garantizando la adecuada planeación y el uso eficiente de los recursos públicos.

El estudio de mercado permite comprender la dinámica de los precios y establecer el presupuesto oficial de la contratación. Este comprende la realización de un análisis de los diferentes precios de los bienes o servicios a contratar que se registran en el mercado, los cuales pueden consultarse a través de mecanismos como la solicitud de cotizaciones, la consulta de bases de datos especializadas y el análisis de precios históricos. También involucra el análisis de las variables consideradas para calcular el presupuesto oficial o precio del contrato.

Para tal efecto, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación adelantó un estudio de mercado mediante dos mecanismos complementarios: i) la publicación de solicitud de información a proveedores en la plataforma SECOP II bajo el consecutivo No. SIP-OAC-001-2026, realizada entre el 17 de febrero de 2026 y el 25 de febrero de 2026, y ii) identificación de proveedores del sector registrados en la plataforma SECOP II según los códigos de clasificación del presente proceso y participantes en procesos de selección pública consolidando un listado empresas del sector de publicidad, comunicación estratégica y gestión de medios.

a). Solicitud de información a proveedores en SECOP II:

- Creación y publicación en SECOP II: 17 de febrero de 2026
- Fecha límite de presentación cotizaciones: 25 de febrero de 2026
- Proveedores interesados: Dos (2)
- Proveedores participantes: Uno (1)

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

Se recibió cotización por parte de un proveedor denominado DEPROFESIONALES, no obstante, la Entidad identificó la necesidad de ajustar el anexo técnico de cotización para incluir servicios que la entidad requiere para el correcto desarrollo del plan de medios y por tanto la cotización fue descartada.

b). Solicitud de cotizaciones a proveedores del sector:

En desarrollo de esta actividad, la Oficina Asesora de Comunicaciones remitió solicitud de cotización a potenciales proveedores del sector: SOCIEDAD TELEVISIÓN DE ANTIOQUIA LTDA, EJE 360 PRODUCCIONES, MEDYALAB, BIG MEDIA PUBLICIDAD S.A.S, ACOMEDIOS, CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN S.A.S – CANAL TRECE y MEDIAPRINT, adjuntando la ficha técnica del proceso y el alcance del servicio requerido. Así mismo, se realizaron reiteraciones mediante correo electrónico con el fin de garantizar la participación del mayor número de compañías posibles.

Como resultado del proceso de solicitud de información, se recibieron diversas cotizaciones; sin embargo, algunas no cumplieron con el diligenciamiento integral de los ítems definidos por la Entidad o presentaron modificaciones al formato de cotización —en cantidades, descripciones o unidades— que no fueron validadas y que afectaban la uniformidad de la información y la comparabilidad de los servicios cotizados, razón por la cual se solicitó su ajuste; una vez vencido el término para la presentación y, en los casos procedentes, para la subsanación de las cotizaciones, la Entidad procedió a depurar la información, diferenciando entre aquellas que no resultaron válidas y aquellas que, una vez ajustadas, fueron consideradas técnicamente viables para efectos del análisis de mercado.

De acuerdo con lo anterior, para la estructuración del presente estudio se tomaron como válidas las cotizaciones presentadas por las empresas MEDYALAB, BIG MEDIA PUBLICIDAD S.A.S y CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN S.A.S – CANAL TRECE, las cuales presentaron el anexo de cotización correctamente diligenciado, ajustado a las necesidades de la entidad y cuya información resultaba comparable respecto de los servicios cotizados.

Con base en dichas cotizaciones, se realizó un análisis económico consolidado que incluyó los diferentes componentes del plan de medios, tales como medios impresos, radiales, televisivos y digitales, considerando valores unitarios, valores con IVA, cobertura geográfica, alcance de audiencias y características técnicas de los servicios ofertados.

Se realizó el análisis de la información para la el cálculo para cada de los precios de referencia de los ítems, después de determinar valores como el promedio, la desviación estándar, el promedio unitario y el coeficiente de variación, para esta sección, a efectos de tener un precio de mercado más acorde a la realidad, dada la disparidad de los valores presentados en las cotizaciones se dio aplicación a los siguientes métodos estadísticos:

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

• Método estadístico 1: si el coeficiente de variación para el ítem es ≥ (mayor o igual), que 0% y ≤ (menor o igual) que 10%, se aplica el valor promedio.

• Método estadístico 2: si el coeficiente de variación para el ítem es > (mayor) que 10% y ≤ (menor o igual) que 20%, se aplica media geométrica.

• Método estadístico 3: si el coeficiente de variación para el ítem es > (mayor) que el 20%, se aplica media armónica.

Como resultado, se clasifican los ítems con el coeficiente de variación que sea > (mayor) que 10% y ≤ (menor o igual) que 20%, para restablecer el método estadístico tres (3), es decir, se toman como referencia los valores de la media geométrica para establecer el precio de referencia para el ítem 12.

Para los valores con coeficiente de variación > (mayor) que el 20%, se aplica media armónica para los ítems restantes.

La definición resultante de los precios techo de referencia es la siguiente:

ITEM	COBERTURA	DESCRIPCION-CONCEPTO-ACTIVIDAD	CANTIDAD	q usada (num)	UNIDAD DE MEDIDA	Cotización CANAL TRECE PRECIO UNITARIO MAS IVA	Cotización BIGMEDIA PRECIO UNITARIO MAS IVA	Cotización MEDYALAB PRECIO UNITARIO MAS IVA	PRECIO DE REFERENCIA
IMPRESO									
1	Aviso	Contratar periodicos o revistas impresas, con cobertura nacional, de carácter comerciales o alternativas, para la difusión impresa de avisos a color de media página. La elección de la página se concertará junto con la Oficina Asesora de Comunicaciones del Ministerio. Periódicos como: El Tiempo El Espectador	1	1,00	Unidad	$25.639.740,00	$48.187.416,37	$107.239.193,11	$ 43.428.406,13
2	Aviso	Contratar periodicos o revistas impresas, con cobertura nacional, de carácter comerciales o alternativas, avisos a color de página completa. La elección de la página se concertará junto con la Oficina Asesora de Comunicaciones del Ministerio. periodicos como: El Tiempo El Espectador	1	1,00	Unidad	$51.356.592,00	$107.224.703,61	$74.131.053,76	$ 70.942.900,55
3	Aviso	Contratar periodicos impresos regionales para la difusión impresa de avisos a color de página completa. La cobertura o jurisdicción del medio deberá estar en departamentos, como: Atlántico, Santander, Valle del Cauca, Tolima, Antioquia, Huila, Nariño, Risaralda, Cauca, Norte de Santander y Bolívar. La elección de la página se concertará junto con la Oficina Asesora de Comunicaciones del ministerio. periódicos como:	1	1,00	Unidad	$37.155.132,00	$124.654.151,06	$47.126.169,89	$ 53.422.598,44
4	Aviso	Contratar periodicos o revistas impresas regionales para la difusión de avisos a color a media página. La cobertura o jurisdicción del medio deberá estar en departamentos, como: Atlántico, Santander, Valle del Cauca, Tolima, Antioquia, Huila, Nariño, Risaralda, Cauca, Norte de Santander y Bolívar. La elección de la página se concertará junto con la Oficina Asesora de Comunicaciones del ministerio. periódicos como:	1	1,00	Unidad	$19.213.740,00	$76.039.222,43	$58.245.827,95	$ 36.422.881,09
5	Nota	Contratar periodicos con cobertura nacional para la difusión impresa de comunicados de prensa en media página, a blanco y negro. Los textos y fotografía son suministradas por la entidad y la elección de la página se concertará junto con la Oficina Asesora de Comunicaciones del ministerio. Periódicos como: El Tiempo El Espectador	1	1,00	Unidad	$25.639.740,00	$60.263.271,82	$79.426.129,04	$ 43.997.220,29

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

6	Nota	Contratar periódicos con cobertura nacional para la difusión impresa comunicados de prensa, a blanco y negro en página completa. Los textos y fotografía son suministradas por la entidad y la elección de la página se concertará junto con la Oficina Asesora de Comunicaciones del ministerio. periódicos como: El Tiempo El Espectador	1	1,00	Unidad	$51.356.592,00	$129.948.279,92	$76.381.460,75	$ 74.517.039,25
7	Nota	Contratar periódicos regionales para la difusión impresa de comunicados de prensa en media página, a blanco y negro. La cobertura o jurisdicción del medio deberá estar en departamentos, como: Atlántico, Santander, Valle del Cauca, Tolima, Antioquia, Huila, Nariño, Risaralda, Cauca, Norte de Santander y Bolívar. Las notas y fotografía son suministradas por la entidad y la elección de la página se concertará junto con la Oficina Asesora de Comunicaciones del ministerio.	1	1,00	Unidad	$19.213.740,00	$44.196.315,55	$25.681.115,05	$ 26.405.771,19
					$ -	$ 229.575.276	$ 590.513.361	$ 468.230.950	$ 366.523.693,20
				RADIO					
8	Cuña	Contratar emisoras en frecuencia modulada (FM), con cobertura nacional y noticiero en la mañana de lunes a viernes, que superen los 900 mil oyentes, para la emisión de cuñas de 30 segundos en franja informativa. El material sonoro será suministrado por el Ministerio, cumpliendo con las características técnicas siministradas por la emisora. radios como: Caracol 6AM - La W Blu Radio	1	1,00	Unidad	$21.467.980,80	$16.814.533,31	$3.088.793,90	$ 6.979.920,48
9	Cuña	Contratar emisoras en frecuencia modulada (FM), con cobertura nacional y contenido mayoritariamente informativos, que superen los 600 mil oyentes, para la emisión de cuñas de 20 segundos en franja informativa. El material sonoro será suministrado por el Ministerio, cumpliendo con las características técnicas siministradas por la emisora. Radios como: Caracol 6AM (franja la mañana) Blu Radio	1	1,00	Unidad	$16.730.605,08	$15.393.766,75	$1.941.527,60	$ 4.689.035,60
10	Cuña	cobertura nacional, que superen los 900 mil oyentes, para la emisión de cuñas de 20 segundos en franja musical. El material sonoro será suministrado por el Ministerio, cumpliendo con las características técnicas siministradas por la emisora. Radios como: Tropicana La Kalle Candela	1	1,00	Unidad	$6.416.103,96	$5.969.418,41	$1.517.921,58	$ 3.054.448,93
11	Publirreportaje	Contratar emisoras en frecuencia modulada (FM), con cobertura nacional y noticiero en la mañana de lunes a viernes, que superen los 900 mil oyentes, para la emisión de publirreportajes de hasta 10 minutos. Radios como: Tropicana La Kalle Candela	1	1,00	Unidad	$77.754.600,00	$46.257.925,49	$6.618.844,08	$ 16.167.044,36
12	Mención	Contratar emisoras en frecuencia modulada (FM), con cobertura nacional y que superen los 900 mil oyentes para la emisión de menciones de hasta 60 segundos. El material sonoro será suministrado por el Ministerio, cumpliendo con las características técnicas siministradas por la emisora. Radios como: Tropicana La Kalle Candela	1	1,00	Unidad	$5.945.849,28	$7.686.319,86	$7.677.859,14	$ 7.053.275,21
13	Cuña	Contratar emisoras en frecuencia modulada (FM), que superen los 2 mil oyentes, con cobertura y jurisdicción en los departamentos de Atlántico, Bolívar, Boyacá, Cauca, Cundinamarca, Chocó, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Putumayo, San Andrés, Tolima y Valle del Cauca para la emisión de cuñas de 30 segundos. El material sonoro será suministrado por el Ministerio, cumpliendo con las características técnicas siministradas por la emisora. Radios como: Lines en Nectar	1	1,00	Unidad	$89.964,00	$507.589,06	$1.720.899,46	$ 219.510,91
14	Publirreportaje	Contratar emisoras regionales en frecuencia modulada (FM), que superen los 2 mil oyentes, con cobertura y jurisdicción en los departamentos de Atlántico, Bolívar, Boyacá, Cauca, Cundinamarca, Chocó, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Putumayo, San Andrés, Tolima y Valle del Cauca para la emisión de publirreportajes de hasta 10 minutos. Radios como: Ecos de Pasto Uno	1	1,00	Unidad	$1.278.774,00	$777.178,13	$3.653.601,94	$ 1.280.733,43
15	Cuña	Contratar emisoras comunitarias en frecuencia modulada (FM) con cobertura y jurisdicción en municipio(s) de: Atlántico, Bolívar, Boyacá, Cauca, Cundinamarca, Chocó, Magdalena, Meta, Nariño y Putumayo para la emisión de cuñas de 30 segundos. IEl material sonoro será suministrado por el Ministerio, cumpliendo con las características técnicas siministradas por la emisora. radios como: Palmar estéreo Líbano estéreo	1	1,00	Unidad	$75.826,80	$269.675,96	$1.376.719,57	$ 170.237,22
						$ 129.759.704	$ 93.676.407	$ 27.596.167	$ 54.926.428,86

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

			TELEVISION						
16	Comercial	Contratar canal de TV con cobertura nacional, de carácter público, para la emisión de spots de 30 segundos. Incluye interpretación en lengua de señas. Los videos son suministrados por la Oficina Asesora de Comunicaciones del ministerio. canales como: Caracol TV (Diferentes Franjas)	1	1,00	Unidad	$49.683.447,24	$31.249.226,15	$84.721.204,30	$ 46.925.121,30
17	Nota	Contratar canal de TV con cobertura nacional, de carácter público, con programa de noticiero, para la grabación, emisión de notas informativas de hasta 3 minutos sobre los programas y proyectos de MinCiencias. Incluye cubrimiento periodístico. Canales como: RTVC (Señal Colombia – Canal Institucional)	1	1,00	Unidad	$11.499.526,92	$6.482.344,83	$21.180.301,07	$ 10.400.814,57
18	Comercial	Contratar canales de TV regionales para la emisión de comerciales de 30 segundos, en franja AAA. Incluye interpretación en lengua de señas. La cobertura o jurisdicción del medio deberá estar en departamentos, como: Cundinamarca, Antioquia, Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre, Santander, Norte de Santander, Caldas, Quindío, Risaralda y San Andrés. Los videos son suministrados por la Oficina Asesora de	1	1,00	Unidad	$2.460.111,99	$5.311.485,15	$9.266.381,73	$ 4.269.406,33
19	Nota	Contratar canales de TV regionales, con programas informativos, para la grabación, producción y emisión de notas periodísticas de hasta 3 minutos sobre los programas y proyectos de MinCiencias. Incluye cubrimiento periodístico. La cobertura o jurisdicción del medio deberá estar en departamentos, como: Cundinamarca, Antioquia, Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre, Santander, Norte de Santander, Caldas, Quindío, Risaralda y San Andrés. Teleantioquia	1	1,00	Unidad	$12.843.489,12	$37.924.003,96	$12.919.983,65	$ 16.517.234,81
						$ 76.486.575	**$ 80.967.060**	**$ 128.087.871**	**$ 90.274.347,73**
			MEDIOS DIGITALES						
20	Banner	Contratar medios de comunicación comerciales, públicos o alternativos de noticias con cobertura nacional y audiencia digital mensual superior a los 3 millones de usuarios únicos para la publicación de banners estáticos horizontales en su portal web informativo. Medios como: El Tiempo Pulzo	1	1,00	Unidad	$21.709.598,40	$6.584.746,00	$22.504.069,89	$ 12.378.018,35
21	Banner	Contratar medios de comunicación de noticias con cobertura nacional y audiencia digital mensual superior a los 3 millones de usuarios únicos para la publicación de banners estáticos cuadrados en sus portales webs informativos. Medios como: El Tiempo Pulzo	1	1,00	Unidad	$10.279.672,20	$7.040.932,50	$14.826.210,75	$ 9.779.819,56
22	Anuncio	Contratar medios de comunicación comerciales, públicos o alternativos con cobertura de noticias regionales para la publicación de banner estático cuadrado en sus portales web informativos. La cobertura o jurisdicción del medio deberá estar en departamentos, como: Atlántico, Santander, Valle del Cauca, Tolima, Antioquia, Huila, Nariño, Risaralda, Cauca, Norte de Santander y Bolívar. Medios como: El País (Cali) El Colombiano (Medellín)	1	1,00	Unidad	$8.932.140,00	$7.588.946,64	$19.591.778,50	$ 10.177.507,08
23	Anuncio	Campañas de notoriedad display con imagen cuadrada estática, segmentada según indicaciones de la Oficina Asesora del Comunicaciones, para la promoción de convocatorias, programas o proyectos del ministerio. Empresas como: Google	1	1,00	Unidad	$3.341,52	$5.632,75	$23.827.838,71	$ 6.291,41
24	Anuncio – piezas	Objetivo de la contratación de medios: Contratar medios de comunicación comerciales, públicos y alternativos con cobertura nacional, para la difusión de piezas digitales —como imágenes, carruseles y fotos-noticia— en sus plataformas sociales, maximizando la visibilidad y el impacto de la campaña. Requisitos de alcance: Seleccionar medios con una audiencia mínima de 150.000 seguidores en sus plataformas digitales, garantizando así un impacto significativo en audiencias amplias y relevantes. Tipo de medios a vincular: Priorizar medios alternativos y nativos digitales con presencia activa en redes sociales, capaces de generar engagement y conversación alrededor de la campaña.	1	1,00	Unidad	$8.817.757,20	$14.663.507,25	$7.060.100,35	$ 9.280.883,79
25	Anuncio - video	Objetivo de la contratación de medios: Contratar medios de comunicación con cobertura local y regional, preferiblemente alternativos y nativos digitales con presencia activa en redes sociales, para la difusión y pauta de notas en video de hasta 90 segundos sobre convocatorias, programas y proyectos del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, garantizando alcance y visibilidad en audiencias clave. Cobertura territorial priorizada: Antioquia, Arauca, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Casanare, Cauca, Chocó, Cundinamarca, Córdoba, La Guajira, Meta, Nariño, Putumayo, San Andrés, Santander, Tolima y Valle del Cauca.	1	1,00	Unidad	$8.817.757,20	$8.449,12	$9.707.638,00	$ 25.301,09

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia

26	Campaña	Implementación de campañas de pauta digital: Diseñar e implementar campañas de pauta digital para la difusión de contenidos audiovisuales en las redes sociales del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, X y YouTube), segmentadas de acuerdo con los lineamientos de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Las campañas estarán enfocadas en la promoción de convocatorias, programas y proyectos institucionales, priorizando TikTok y X por su mayor potencial de alcance, consumo de video e interacción, mientras se mantiene presencia activa y estratégica en los demás canales digitales.	1	1,00	Unidad	$128.520.000,00	$4.055,58	$794.261,29	$ 12.104,54
						$ 187.080.267	$ 35.896.270	$ 98.311.897	$ 41.659.925,83
						$ 435.821.555	$ 801.053.098	$ 722.226.885	$ 553.384.395,61

Producto del análisis de las cotizaciones la Entidad fija los previamente indicados, como precios de referencia que conforman el estudio del mercado por ítems y lo cuales NO PODRAN ser superados en la presentación de la propuesta económica.

El proponente deberá considerar que en los precios unitarios están comprendidos todos los costos directos e indirectos necesarios para la ejecución del contrato, entre otros, gastos salariales y prestacionales, aportes a seguridad social y parafiscales, costos de dotación, insumos, servicios públicos, equipos, gastos administrativos, impuestos, imprevistos, utilidades, etc.

El proceso se adjudicará por el total del presupuesto oficial y su ejecución se adelantará a monto agotable, y para la ejecución del contrato se llevará a cabo teniendo como base los valores unitarios ofertados por el oferente seleccionado.

El estudio del sector relacionado reúne condiciones adecuadas para reflejar la realidad del de mercado, así como pluralidad de oferentes y precios razonables, permitiendo estructurar un proceso competitivo, transparente y eficiente, en cumplimiento de los principios de la contratación estatal.

Avenida Calle 26 # 57 - 83
Torre 8 Pisos del 2 al 6
Teléfono: (57-1) 625 8480
Fax: (57-1) 625 8481
Bogotá D.C. - Colombia