



CÓDIGO CONTRACTUAL N° SA - 20260011

Objeto:

Licenciamiento, acceso y provisión de plataformas tecnológicas, herramientas digitales y servicios especializados orientados a la gestión estratégica de las comunicaciones institucionales, la interacción con públicos de interés y la difusión de contenidos informativos de la Institución Universitaria de Envigado.

**Presupuesto Oficial
Estimado:**

OCHENTA Y DOS MILLONES QUINIENTOS MIL DOSCIENTOS CINCUENTA Y DOS PESOS M/CTE (\$82.500.252) IVA INCLUIDO (cuando aplique¹).

Dentro de presupuesto la entidad determina las siguientes bolsas a monto agotable:

Para el servicio de EMAIL MARKETING la suma de **SIETE MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA MIL PESOS M/CTE (\$7.980.000) IVA INCLUIDO.**

Para el servicio de NOTIFICACIONES POR WHATSAPP la suma de **CATORCE MILLONES SETECIENTOS CINCO MIL PESOS M/CTE (\$14.705.000) IVA INCLUIDO.**

Plazo Estimado:

El plazo de ejecución de los servicios descritos en el objeto contractual será desde la fecha de inicio establecida en SECOP II y **hasta el 21 de diciembre de 2026**, una vez cumplidos con todos los requisitos de legalización y perfeccionamiento.

Nota: No obstante, las licencias de software suministradas en virtud del contrato deberán mantenerse activas y disponibles durante el término de **un (1) año contado a partir de su activación**, de conformidad con las condiciones contractuales previstas.

El presente análisis se realiza con base en lo estatuido en el Decreto 1082 de 2015, **Artículo 2.2.1.1.1.6.1** el cual reza:

Artículo 2.2.1.1.1.6.1. Deber de análisis de las Entidades Estatales. *La Entidad Estatal debe hacer, durante la etapa de planeación, el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de Riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso.*

¹ <https://estatuto.co/?e=633>

Además de los lineamientos dados por Colombia Compra Eficiente en su Guía para la Elaboración de Estudios de Sector G-EES-02², mediante el presente documento la Institución Universitaria de Envigado pretende evidenciar el análisis de la referencia, anteponiendo que *“en la contratación directa, el análisis del sector debe tener en cuenta el objeto del proceso de contratación, particularmente las condiciones del contrato, como los plazos y formas de entrega y de pago. El análisis del sector debe permitir a la Entidad Estatal sustentar su decisión de hacer una contratación directa, la elección del proveedor y la forma en que se pacta el contrato desde el punto de vista de la eficiencia, eficacia y economía.”*

CONSIDERACIONES PARA TENER EN CUENTA EN EL CORRECTO MANEJO DE LA PLATAFORMA SECOP II

La Institución Universitaria de Envigado recomienda tener en cuenta las siguientes consideraciones, acogiendo las disposiciones normativas y reglas estipuladas para la contratación:

- a) La agencia de contratación pública Colombia Compra Eficiente **pone a disposición sitios de capacitación ubicados en los siguientes enlaces:**
<https://formacionvirtual.colombiacompra.gov.co/>
<https://formacionvirtual.colombiacompra.gov.co/course/index.php>
<https://formacionvirtual.colombiacompra.gov.co/mod/page/view.php?id=2755>
Espacios creados para dar a conocer y capacitar sobre las diferentes funcionalidades de la plataforma a partir de los roles que desempeñan los diferentes actores del Sistema de Compra Pública.
- b) Es deber de los proponentes capacitarse sobre el uso y manejo de la PLATAFORMA SECOP II para lo cual deberán leer las guías de Colombia Compra Eficiente sobre el registro de las propuestas y el manejo de la plataforma. Los usuarios del SECOP II están obligados a conocer y respetar los términos y condiciones de uso, los manuales y guías del SECOP II. Así mismo, le corresponde únicamente al proponente realizar la inscripción en el SECOP II.
- c) Corresponde a los proponentes verificar en forma suficiente las condiciones particulares de ejecución, resolver previamente las inquietudes que le suscite el pliego de condiciones y/o Aviso de Invitación y demás documentos que hacen parte integral para la contratación.

² <https://www.colombiacompra.gov.co/wp-content/uploads/2024/08/2022-Guia-para-la-elaboracion-de-Estudios-de-Sector-CCE-EICP-GI-18.pdf>



- d) Cuando los proponentes realicen la presentación de la propuesta aceptan las condiciones establecidas en el proceso y por lo tanto es su responsabilidad estar enterado.
- e) La plataforma SECOP II no determina precios artificialmente bajos, este proceso lo comprueba la entidad, para ello se tendrán en cuenta las disposiciones y recomendaciones dadas por Colombia Compra Eficiente en la Guía GMOAB-01³
- f) De igual forma, es pertinente resaltar la importancia y deber que tiene todo proveedor al momento de presentar una oferta en la plataforma de SECOP II, conocer sobre el manejo de esta y garantizar una conexión a internet adecuada, no siendo esta omisión y/o desconocimiento imputable a la entidad.

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

A. PERSPECTIVA REGULATORIA O LEGAL

¿Cuál es la regulación aplicable al objeto del proceso de contratación? (así como las modificaciones recientes a tales regulaciones y el impacto en su aplicación)

■ **Regulaciones tributarias, del mercado y precios**

- **LEY 1480 DE 2011** ⁴. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.

Artículo 2°. Objeto. Las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente.

Las normas contenidas en esta ley son aplicables en general a las relaciones de consumo y a la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, evento en el cual aplicará la regulación especial y suplementariamente las normas establecidas en esta Ley.

Esta ley es aplicable a los productos nacionales e importados.

Artículo 7°. Garantía legal. Es la obligación, en los términos de esta ley, a cargo de todo productor y/o proveedor de responder por la calidad, idoneidad, seguridad y el buen estado

³ <https://www.colombiacompra.gov.co/archivos/manual/guia-para-el-manejo-de-ofertas-artificialmente-bajas-en-procesos-de-contratacion-2>

⁴ <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

y funcionamiento de los productos. En la prestación de servicios en el que el prestador tiene una obligación de medio, la garantía está dada, no por el resultado, sino por las condiciones de calidad en la prestación del servicio, según las condiciones establecidas en normas de carácter obligatorio, en las ofrecidas o en las ordinarias y habituales del mercado.

Artículo 8°. Término de la garantía legal. El término de la garantía legal será el dispuesto por la ley o por la autoridad competente. A falta de disposición de obligatorio cumplimiento, será el anunciado por el productor y/o proveedor. El término de la garantía legal empezará a correr a partir de la entrega del producto al consumidor.

De no indicarse el término de garantía, el término será de un año para productos nuevos. Tratándose de productos perecederos, el término de la garantía legal será el de la fecha de vencimiento o expiración.

Los productos usados en los que haya expirado el término de la garantía legal podrán ser vendidos sin garantía, circunstancia que debe ser informada y aceptada por escrito claramente por el consumidor. En caso contrario se entenderá que el producto tiene garantía de tres (3) meses.

- **LEY 624 DE 1989. Modificado por el Decreto Nacional y las Leyes Reglamentado parcialmente por los Decretos Nacionales: Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuesto Nacionales – (ESTATUTO TRIBUTARIO NACIONAL) ⁵.**

Artículo 468 ⁶. Tarifa general del impuesto sobre las ventas.

*Modificado Ley 1819 de 2016 Art. 184 - La tarifa general del impuesto sobre las ventas es del diecinueve por ciento (19%) salvo las excepciones contempladas en este título

A partir del año gravable 2017, del recaudo del impuesto sobre las ventas un (1) punto se destinará así:

- a) 0.5 puntos se destinarán a la financiación del aseguramiento en el marco del Sistema General de Seguridad Social en Salud.
- b) 0.5 puntos se destinarán a la financiación de la educación. El cuarenta por ciento (40%) de este recaudo se destinará a la financiación de la Educación Superior Pública.

Artículo 476 ⁷. Servicios excluidos del impuesto sobre las ventas

*Se exceptúan del impuesto los siguientes servicios y los bienes relacionados explícitamente a continuación:

⁵ <https://estatuto.co/>

⁶ <https://estatuto.co/468>

⁷ <https://estatuto.co/?e=633>

[...] 20. Adquisición de licencias de software para el desarrollo comercial de contenidos digitales, de acuerdo con la reglamentación expedida por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

▪ **ACUERDO MUNICIPAL 046 DE 2024 – (ESTATUTO TRIBUTARIO MUNICIPAL)⁸**

De conformidad con la normativa nacional vigente y en cumplimiento de lo establecido en el Acuerdo 046 de 2024, del 18 de diciembre de 2024 *“Por medio del cual se expide el estatuto tributario del Municipio de Envigado”*, modificado por el Acuerdo Municipal 057 de 2025⁹ del Concejo Municipal de Envigado, *“Por medio del cual se modifica y adiciona parcialmente el Acuerdo Municipal 046 de 2024”*, los impuestos, estampillas, tasas y contribuciones municipales que podrán aplicarse según el régimen al cual pertenece el contribuyente y el tipo de contratación¹⁰ son los siguientes:

◆ **IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO.** Las tarifas se establecen en el Acuerdo Municipal 046 de 2024, modificado por el Acuerdo Municipal 057 de 2025, según la actividad del proponente y se encuentran contempladas en el Capítulo II, Artículo 35 y siguientes. La liquidación del impuesto de industria y comercio será realizada por la Oficina de Contabilidad de la Institución o la dependencia que haga sus veces y dependerá del régimen al cual pertenece cada contribuyente. **El pago de este impuesto (en caso de que aplique) se hará mediante retención al momento en que haya un pago o abono en cuenta, lo que ocurra primero.**

Esta disposición, conforme al Estatuto Tributario Municipal, también aplica para los contribuyentes ocasionales. En consecuencia, los contratistas que no estén inscritos en el impuesto de industria y comercio en Envigado, por ser considerados ocasionales, deberán pagar este impuesto mediante retención y no de forma anticipada previo a la ejecución del contrato/convenio.

ARTÍCULO 38. HECHO GENERADOR. El impuesto de industria y comercio es un gravamen de carácter obligatorio, el cual recaerá en cuanto a materia imponible, sobre todas las actividades industriales, comerciales y de servicios que se realicen por el sujeto pasivo en la jurisdicción del Municipio de Envigado, ya sea directa o indirectamente, en forma permanente u ocasional, con establecimiento de comercio o sin ellos, presencialmente o a través de las tecnologías de información y comunicación (TIC).

TERRITORIALIDAD DEL IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

- **Actividad industrial:** Se paga el impuesto donde se encuentre la sede fabril.
- **Actividad Comercial:**

⁸ <https://www.envigado.gov.co/normatividad/acuerdo-046-de-2024>

⁹ <https://www.concejoenvigado.gov.co/wp-content/uploads/2025/12/Acuerdo-057-de-2025-1.pdf>

¹⁰ Los posibles oferentes deberán tener en cuenta las exclusiones relacionadas para cada una de las estampillas, tasas y contribuciones municipales



- a) Si la actividad se realiza en un establecimiento de comercio abierto al público o en puntos de venta, se entenderá realizada en el municipio en donde estos se encuentren;
- b) Si la actividad se realiza en un municipio en donde no existe establecimiento de comercio ni puntos de venta, la actividad se entenderá realizada en el municipio en donde se perfecciona la venta. Por tanto, el impuesto se causa en la jurisdicción del municipio en donde se convienen el precio y la cosa vendida; (...)

• **Actividad de servicios:** El ingreso se entenderá percibido en el lugar donde se ejecute la prestación del mismo.

Para efectos del impuesto de industria y comercio, se entienden por actividades industriales, comerciales y de servicios las siguientes:

ACTIVIDAD INDUSTRIAL. Se considera actividad industrial la dedicada a la producción, extracción, fabricación, manufacturación, confección, preparación, transformación, maquila, ensamble de cualquier clase de materiales o bienes por venta directa o por encargo, y en general cualquier proceso por elemental que éste sea.

ACTIVIDAD COMERCIAL. Se considera actividad comercial la destinada al expendio, compraventa o distribución de bienes y mercancías, tanto al por mayor como al por menor, y las demás actividades definidas como tales por el Código de Comercio, siempre y cuando no estén consideradas por el mismo código o por las leyes vigentes como otras actividades industriales o de servicios.

ACTIVIDAD DE SERVICIOS. Se consideran actividades de servicio todas las tareas, labores o trabajos ejecutados por los sujetos pasivos del impuesto, sin que medie relación laboral con quien lo contrata, que genere contraprestación en dinero o en especie y que se concreten en la obligación de hacer, sin importar que en ellos predomine el factor material o intelectual.

PARÁGRAFO. Las actividades económicas realizadas a través de tecnologías de información y comunicación (TIC) serán aquellas que generen ingresos derivados de la prestación de servicios o venta de productos mediante aplicaciones, plataformas digitales o en general cualquier actividad que utilice tecnología digital para conectar con usuarios locales, sin importar si la empresa tiene una presencia física en el Municipio.

ARTÍCULO 44. ACTIVIDADES Y ENTIDADES NO SUJETAS (PROHIBIDO GRAVAMEN).

No se gravan con el impuesto de industria y comercio los ingresos generados por las siguientes actividades:

1. Las obligaciones contraídas por el Gobierno en virtud de tratados o convenios internacionales que haya celebrado o celebre en el futuro, y las contraídas por los Municipios mediante contratos celebrados en desarrollo de la legislación anterior.
2. Las mercancías de cualquier género que crucen por la jurisdicción del Municipio de Envigado encaminados a un lugar diferente de este, según lo previsto por la Ley 26 de 1904.
3. La producción primaria agrícola, ganadera y avícola, sin que se incluyan en esta prohibición las fábricas de productos alimenticios o toda industria donde haya un proceso de transformación por elemental que este sea.



4. La primera etapa de transformación realizada en predios rurales cuando se trate de actividades de producción agropecuaria, con excepción de toda industria donde haya una transformación por elemental que ésta sea.
5. La explotación de canteras y minas diferentes a las de sal, esmeraldas y metales preciosos, cuando las regalías o participaciones para el municipio de Envigado, sean iguales o superiores a lo que correspondería pagar por concepto del impuesto de industria y comercio.
6. La propiedad horizontal de uso residencial, por las actividades propias de su objeto social.
7. Las realizadas por los establecimientos educativos públicos, las entidades de beneficencia, las culturales y deportivas, los sindicatos, las asociaciones de profesionales y gremiales sin ánimo de lucro, los partidos políticos.
8. Los recursos de la seguridad social destinados a la finalidad del sistema que sean percibidos por las entidades integrantes del Sistema General de Seguridad Social en Salud, como lo prevé el artículo 48 de la Constitución Política.
9. Las profesiones liberales realizadas de forma individual por personas naturales.
10. Los contratos de apoyo a la gestión con personas naturales inferiores al 10% de la menor cuantía.

PARÁGRAFO 1. Cuando las entidades a que se refiere el numeral 7 del presente artículo realicen actividades industriales o comerciales, serán sujetos del impuesto de industria y comercio en lo relativo a tales actividades.

PARÁGRAFO 2. Para efectos del presente artículo, se entiende por profesión liberal toda actividad realizada de forma individual por una persona natural, en la cual predomina el ejercicio del intelecto, reconocida por el Estado y para cuyo desarrollo se requiere:

1. Habilitación mediante título académico de estudios y grado de educación superior; o habilitación estatal para las personas que, sin título profesional fueron autorizadas para ejercer.
2. Inscripción en el registro nacional que las autoridades estatales de vigilancia, control y disciplinarias lleven conforme con la ley que regula la profesión liberal de que se trate, cuando la misma esté oficialmente reglada.

Las actividades efectuadas por persona natural que cuenten con un equipo de trabajo o con una organización de personas para el desarrollo de la misma no se considera una profesión liberal realizada de forma individual y estará gravada con el impuesto.

PARÁGRAFO 3. Las profesiones liberales ejercidas individualmente por personas naturales que integran el impuesto unificado bajo el régimen simple de tributación (SIMPLE), estarán gravadas en todos los casos, por lo cual se encuentran obligados a pagar el componente de industria y comercio en las fechas establecidas para tal efecto por el Gobierno Nacional.



PARÁGRAFO 4. En virtud de la naturaleza declarativa del impuesto de industria y comercio, el prohibido gravamen no requiere acto administrativo para su reconocimiento, pero la administración podrá realizar labores de fiscalización y control sobre los descuentos realizados por este concepto.

Cuando un contribuyente realice únicamente actividades de prohibido gravamen, no está en la obligación de inscribirse en el RIT ni presentar declaración de industria y comercio, según lo señalado en el ARTÍCULO 371 del presente Acuerdo.

ESTAMPILLAS, TASAS Y CONTRIBUCIONES MUNICIPALES

DISPOSICIONES COMUNES

1. Para efectos de la correcta aplicación de la contribución especial sobre contratos de obra pública, tasa pro-deporte y estampillas, entiéndase por administración central al Municipio de Envigado con todas sus dependencias, secretarías, departamento administrativo y oficinas, incluyendo la Personería, la Contraloría y el Concejo.
2. Las retenciones practicadas por los responsables de la contribución especial, tasa pro-deporte y estampillas deberán ser aproximadas al múltiplo de mil más cercano.
3. Los responsables de la retención y pago de la contribución, tasa y estampillas deberán reportar la información exógena correspondiente a las retenciones realizadas dentro de los plazos, especificaciones y medios que determine la administración municipal mediante acto administrativo expedido para tal fin.
4. Para el caso del Municipio de Envigado, las entidades descentralizadas se identifican de la siguiente manera:

Establecimientos públicos:

- a) Tecnológico de Artes Débora Arango Institución Redefinida.
- b) Centro de Formación Integral para el Trabajo - CEFIT.
- c) Institución Universitaria de Envigado - IUE.
- d) Instituto del Deporte, Recreación y Aprovechamiento del tiempo libre - INDER.

Empresas sociales del Estado:

- a) E.S.E Hospital Manuel Uribe Ángel (HMUA).

Empresas industriales y comerciales del Estado:

- a) Enviaseo – E.I.C.E - E.S.P. (Empresa de Servicios Públicos).
- b) Empresa de Vivienda y Desarrollo Urbano y Rural – DESur – E.I.C.E.

Entidades descentralizadas indirectas:

- a) Occidente limpio S.A.S – E.S.P (Empresa de Servicios Públicos).
- b) Metroplús S.A.

5. En los contratos de administración delegada, con o sin representación, donde el mandante sea la administración central municipal del Municipio de Envigado o sus entidades descentralizadas, el mandatario deberá garantizar que los sujetos pasivos de los diferentes tributos efectúen el pago de los mismos.

6. En los encargos fiduciarios, patrimonios autónomos y/o contratos de administración delegada, los diferentes tributos se aplicarán sobre el valor de la remuneración a favor del contratista.

♦ **TASA PRO-DEPORTE:** Está contemplada en el Acuerdo Municipal 046 de 2024, en su artículo 176 y siguientes, modificado por el Acuerdo Municipal 057 de 2025, donde se establece “La tarifa de la tasa Pro-deporte y Recreación será del cero punto tres por ciento (0.3%) del valor total del contrato, convenio y sus adiciones”. **El pago de esta tasa es requisito para el inicio de ejecución del contrato o sus adiciones, en consecuencia, el contratista deberá pagar dicha tasa de conformidad con el documento de cobro expedido Institución Universitaria de Envigado y entregar copia del comprobante de pago para la legalización contractual.**

1. SUJETO PASIVO. Son las personas naturales o jurídicas que incurran en el hecho generador.

2. HECHO GENERADOR. Lo constituye la suscripción de contratos, convenios y sus adiciones que realice la administración central del Municipio de Envigado, sus establecimientos públicos, las empresas industriales y comerciales del Estado del municipio, las empresas sociales del Estado del municipio, las sociedades de economía mixta donde la entidad territorial posea capital social o accionario superior al 50% y las entidades descentralizadas indirectas, con personas naturales o jurídicas.

3. RESPONSABLES. Actuarán como responsables de la retención, recaudo y pago de esta tasa la administración central del Municipio de Envigado, sus establecimientos públicos, las empresas industriales y comerciales del Estado del municipio, las empresas sociales del Estado del municipio, las sociedades de economía mixta donde la entidad territorial posea capital social o accionario superior al 50% y las entidades descentralizadas indirectas.

En los **contratos de administración delegada**, con o sin representación, donde el mandante sea uno de los responsables mencionados en este numeral, el mandatario asumirá la calidad de responsable, y deberá efectuar la retención, recaudo y pago de la tasa pro-deporte y recreación.

4. BASE GRAVABLE. La base **gravable la constituye el valor total del contrato, convenio o adiciones sin incluir el IVA ni demás tributos recaudados a favor de terceros.**

Lo anterior, sin perjuicio de las bases gravables especiales establecidas por la Ley, como la contenida en el artículo 10 de la Ley 26 de 1989 y en el artículo 462-1 del Estatuto Tributario Nacional.

TARIFA: Las tarifas de la tasa pro-deporte y recreación que se aplicarán sobre la base gravable serán las siguientes:

Concepto	Tarifa
a. Contratos y convenios suscritos con entidades sin ánimo de lucro. b. Contratos y convenios suscritos con juntas de acción comunal. c. Contratos y convenios suscritos con organizaciones deportivas que hacen parte del sistema nacional del deporte con personería jurídica reconocida por la entidad competente. d. Contratos y convenios suscritos con entidades públicas. e. Contratos y convenios de cooperación internacional. f. Contratos y convenios celebrados con organismos internacionales. g. Contratos y convenios celebrados con organizaciones no gubernamentales. h. Contratos y convenios que suscriban las instituciones educativas públicas del Municipio de Envigado. i. Contratos y convenios relacionados con asociaciones público-privadas. j. Contratos de concesión. k. Contratos de operaciones de crédito público, actos asimilados a operaciones de crédito público, operaciones de manejo de la deuda pública y operaciones conexas a las de crédito público. l. Contratos de compraventa de bienes inmuebles suscritos por el Municipio de Envigado. m. Contratos y convenios relacionados con créditos que otorgue el Municipio en diferentes programas, y contratos de préstamos del fondo de vivienda del municipio y de los entes descentralizados. n. Contratos o Convenios de Donación. o. Contratos que se ejecuten con recursos obtenidos por donaciones. p. Contratos de arrendamiento. q. Contratos de seguros. r. Contratos relacionados con el régimen subsidiado. s. Contratos y convenios que no generan un desembolso por parte de la entidad pública a favor de la persona natural, jurídica o sociedad de hecho con la que se contrata. t. Contratos de suministro y compraventa que celebren las entidades de control fiscal. u. Contratos de telecomunicaciones.	0%
Las demás que encuadren dentro del hecho generador y no estén gravadas con tarifa 0%	0.3%

NOTA: A las entidades que se les transfieran recursos por parte de la Administración Central del Municipio de Envigado y/o las Empresas citadas en el presente artículo, a través de convenios interadministrativos, deben aplicar la Tasa Pro-Deporte al recurso transferido cuando contrate con terceros.

EXCLUSIONES. De conformidad con lo señalado en la Ley habilitante, están excluidas de la tasa pro-deporte y recreación:

1. Convenios y contratos de condiciones uniformes de los servicios públicos domiciliarios.
2. Convenios y contratos de prestación de servicios suscritos con personas naturales.
3. Convenios y contratos educativos.

4. Convenios y contratos que tienen que ver con el refinanciamiento y el servicio de la deuda pública.

DISPOSICIÓN ESPECIAL PARA LA TASA PRO-DEPORTE Y RECREACIÓN

Cuando el nivel central o descentralizado del Municipio ejecute recursos aportados por el Departamento de Antioquia no se generará la tasa pro-deporte y recreación para el Municipio frente a esos recursos, pero se aplicará la tarifa que corresponda según la norma que rige al Departamento y se le trasladará el recaudo efectuado.

◆ **ESTAMPILLA PROCULTURA:** La estampilla procultura se encuentra autorizada por la Ley 397 de 1997 y la Ley 666 de 2001. Para el municipio de Envigado se crea en el Acuerdo 046 del 18 de diciembre de 2024 artículos 184 y siguientes, modificado por el Acuerdo Municipal 057 de 2025. La tarifa de la estampilla Procultura que se aplicará sobre la base gravable será del cero punto cinco por ciento (0.5%). El pago de esta estampilla es requisito para el inicio de ejecución del contrato o sus adiciones, en consecuencia, el contratista deberá pagar dicha estampilla de conformidad con el documento de cobro expedido por la administración tributaria municipal y entregar copia del comprobante de pago y la respectiva factura a la Institución Universitaria de Envigado para la legalización contractual.

1. SUJETO PASIVO: Son las personas naturales, jurídicas o cualquier otra forma de asociación jurídica que incurran en el hecho generador.

2. HECHO GENERADOR: Lo constituye la suscripción de contratos y sus adiciones con la administración central del Municipio de Envigado, sus establecimientos públicos, empresas sociales del Estado del orden municipal y sus entidades descentralizadas.

3. RESPONSABLES. Actuarán como responsables de la retención, recaudo y pago de esta estampilla la administración central del Municipio de Envigado, sus establecimientos públicos, empresas sociales del Estado del orden municipal y sus entidades descentralizadas.

En los **contratos de administración delegada**, con o sin representación, donde el mandante sea uno de los responsables mencionados en este numeral, el mandatario asumirá la calidad de responsable, y deberá efectuar la retención, recaudo y pago de la estampilla procultura.

4. BASE GRAVABLE. La base gravable la constituye **el valor total del contrato suscrito y sus adiciones, sin incluir el IVA ni demás tributos recaudados a favor de terceros.**

Lo anterior, sin perjuicio de las bases gravables especiales establecidas por la Ley, como la contenida en el artículo 10 de la Ley 26 de 1989 y en el artículo 462-1 del Estatuto Tributario Nacional.

EXCLUSIONES. Están excluidos de la estampilla procultura los siguientes actos jurídicos:

1. Contratos de prestación de servicios suscritos con personas naturales o jurídicas.
2. Contratos suscritos con entidades sin ánimo de lucro.
3. Contratos suscritos con entidades públicas.
4. Contratos de cooperación internacional.



5. Contratos celebrados con organismos internacionales.
6. Contratos celebrados con organizaciones no gubernamentales.
7. Los contratos de mínima cuantía, la cual se calculará de conformidad con los numerales 5 y 2 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 o la norma que la modifique o reglamente.
8. Contratos que suscriban las instituciones educativas públicas del Municipio de Envigado.
9. Contratos relacionados con asociaciones público-privadas.
10. Contratos de concesión.
11. Contratos de operaciones de crédito público, actos asimilados a operaciones de crédito público, operaciones de manejo de la deuda pública y operaciones conexas a las de crédito público.
12. Contratos de compraventa de bienes inmuebles suscritos por el Municipio de Envigado.
13. Contratos de Donación.
14. Contratos que se ejecuten con recursos obtenidos por donaciones.
15. Contratos relacionados con créditos que otorgue el Municipio en diferentes programas y contratos de préstamos del fondo de vivienda del municipio y de los entes descentralizados.
16. Contratos de arrendamiento.
17. Contratos de seguros.
18. Contratos relacionados con el régimen subsidiado.
19. Contratos que no generan un desembolso por parte de la entidad pública a favor de la persona natural, jurídica o sociedad de hecho con la que se contrata.
20. Contratos con empresas de servicios públicos domiciliarios y telecomunicaciones.
21. Contratos de suministro y compraventa que celebren las entidades de control fiscal.

♦ **ESTAMPILLA PARA EL BIENESTAR DEL ADULTO MAYOR:** La estampilla para el bienestar del adulto mayor se encuentra autorizada por la Ley 687 de 2001 y por la Ley 1276 de 2009. Está contemplada en el Acuerdo Municipal 046 de 2024, artículos 192 y siguientes, modificado por el Acuerdo Municipal 057 de 2025, el cual establece el cobro de la Estampilla para el Bienestar del Adulto Mayor, equivalente al dos por ciento (2%) del valor del contrato antes de IVA y de todas sus modificaciones, ampliaciones el cual deberá acercarse al múltiplo de mil más cercano. **El pago de esta estampilla es requisito para el inicio de ejecución del contrato o sus adiciones, en consecuencia, el contratista deberá pagar dicha estampilla de conformidad con el documento de cobro expedido por la administración tributaria municipal y entregar copia del comprobante de pago y la respectiva factura a la Institución Universitaria de Envigado para la legalización contractual.**

1. **SUJETO PASIVO.** Son las personas naturales, jurídicas o cualquier otra forma de asociación jurídica que incurran en el hecho generador.
2. **HECHO GENERADOR.** Lo constituye la suscripción de contratos y sus adiciones con la administración central del Municipio de Envigado, sus establecimientos públicos, empresas sociales del Estado del orden municipal y sus entidades descentralizadas.
3. **RESPONSABLES.** Actuarán como responsables de la retención, recaudo y pago de esta estampilla la administración central del Municipio de Envigado, sus establecimientos



públicos, empresas sociales del Estado del orden municipal y sus entidades descentralizadas.

En los **contratos de administración delegada**, con o sin representación, donde el mandante sea uno de los responsables mencionados en este numeral, el mandatario asumirá la calidad de estos mandantes, y deberán efectuar la retención, recaudo y pago de esta estampilla por los contratos que suscriban.

4. BASE GRAVABLE. La base gravable la constituye **el valor total del contrato suscrito y sus adiciones, sin incluir el IVA ni demás tributos recaudados a favor de terceros.**

Lo anterior, sin perjuicio de las bases gravables especiales establecidas por la Ley, como la contenida en el artículo 10 de la Ley 26 de 1989 y en el artículo 462-1 del Estatuto Tributario Nacional.

EXCLUSIONES. Están excluidos de la estampilla para el bienestar del adulto mayor los siguientes actos jurídicos:

1. Contratos de prestación de servicios suscritos con personas naturales.
2. Los contratos de modalidad de menor cuantía con personas naturales, la cual se calculará de conformidad con el numeral 2 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007.
3. Contratos suscritos con entidades sin ánimo de lucro.
4. Contratos suscritos con Juntas de Acción Comunal.
5. Contratos suscritos con organizaciones deportivas que hacen parte del sistema nacional del deporte con personería jurídica reconocida por la entidad competente.
6. Contratos suscritos con entidades públicas.
7. Contratos de cooperación internacional.
8. Contratos celebrados con organismos internacionales.
9. Contratos celebrados con organizaciones no gubernamentales.
10. Contratos que suscriban las instituciones educativas públicas del Municipio de Envigado.
11. Contratos relacionados con asociaciones público-privadas.
12. Contratos de concesión.
13. Contratos de operaciones de crédito público, actos asimilados a operaciones de crédito público, operaciones de manejo de la deuda pública y operaciones conexas a las de crédito público.
14. Contratos de compraventa de bienes inmuebles suscritos por el Municipio de Envigado.
15. Contratos relacionados con créditos que otorgue el Municipio en diferentes programas y contratos de préstamos del fondo de vivienda del municipio.
16. Contratos de Donación.
17. Contratos que se ejecuten con recursos obtenidos por donaciones.
18. Contratos de arrendamiento.
19. Contratos de seguros.
20. Contratos que no generan un desembolso por parte de la entidad pública a favor de la persona natural, jurídica o sociedad de hecho con la que se contrata.
21. Contratos de suministro y compraventa que celebren las entidades de control fiscal.
22. Contratos con empresas de servicios públicos domiciliarios y telecomunicaciones.

♦ **ESTAMPILLA PRO-DESARROLLO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO:** La estampilla pro-desarrollo Institución Universitaria de Envigado (IUE) se encuentra autorizada por la Ley 1614 de 2013. Está contemplada en el Acuerdo Municipal 046 de 2024, artículos 200 y siguientes, modificado por el Acuerdo Municipal 057 de 2025, mediante el cual se establece el cobro de la estampilla “ProDesarrollo de la Institución Universitaria de Envigado - IUE-, en todos los contratos que celebre el municipio de Envigado en su administración central, con un porcentaje de aplicación de cero punto cuatro por ciento (0.4%) del valor del contrato. También se aplicará al valor total de las adiciones, modificaciones y otrosí de todos los contratos celebrados por la Institución. **El pago de esta estampilla es requisito para el inicio de ejecución del contrato o sus adiciones, en consecuencia, el contratista deberá pagar dicha estampilla de conformidad con el documento de cobro expedido por la administración tributaria municipal y entregar copia del comprobante de pago y la respectiva factura a la Institución Universitaria de Envigado para la legalización contractual.**

1. SUJETO PASIVO. Son las personas naturales, jurídicas o cualquier otra forma de asociación jurídica que incurran en el hecho generador.

2. HECHO GENERADOR. Lo constituye los contratos, convenios y sus adiciones que se suscriban con la administración central del Municipio de Envigado sus establecimientos públicos, empresas sociales del Estado del orden municipal y sus entidades descentralizadas.

3. RESPONSABLES. Actuarán como responsables de la retención, recaudo y pago de esta estampilla la administración central del Municipio de Envigado, sus establecimientos públicos, empresas sociales del Estado del orden municipal y sus entidades descentralizadas.

En los **contratos de administración delegada**, con o sin representación, donde el mandante sea uno de los responsables mencionados en este numeral, el mandatario asumirá la calidad de estos mandantes, y deberán efectuar la retención, recaudo y pago de esta estampilla por los contratos que suscriban.

4. BASE GRAVABLE. La base gravable la constituye **el valor de los contratos, convenios suscritos y sus adiciones, sin incluir el IVA, ni demás tributos recaudados a favor de terceros.**

Lo anterior, sin perjuicio de las bases gravables especiales establecidas por la Ley, como la contenida en el artículo 10 de la Ley 26 de 1989 y en el artículo 462-1 del Estatuto Tributario Nacional.

EXCLUSIONES. Están excluidos de la estampilla pro-desarrollo Institución Universitaria de Envigado (IUE) los siguientes actos jurídicos:

1. Convenios de asociación, de interés público y social, de apoyo, de colaboración, solidarios, de cooperación e interadministrativos.
2. Contratos de prestación de servicios profesionales.
3. Contratos de prestación de servicios de apoyo a la gestión.
4. Contratos suscritos con entidades sin ánimo de lucro.
5. Contratos suscritos con entidades públicas.



6. Contratos que se celebren con organizaciones no gubernamentales.
7. Contratos y convenios relacionados con asociaciones público-privadas.
8. Contratos de concesión.
9. Contratos de operaciones de crédito público, actos asimilados a operaciones de crédito público, operaciones de manejo de la deuda pública y operaciones conexas a las de crédito público.
10. Contratos de compraventa de bienes inmuebles suscritos por el Municipio de Envigado.
11. Contratos y convenios relacionados con créditos que otorgue el Municipio en diferentes programas y contratos de préstamos del fondo de vivienda del Municipio.
12. Contratos o Convenios de Donación.
13. Contratos que se ejecuten con recursos obtenidos por donaciones.
14. Contratos de arrendamiento.
15. Contratos de seguros.
16. Contratos relacionados con el régimen subsidiado.
17. Contratos que no generan un desembolso por parte de la entidad pública a favor de la persona natural, jurídica o sociedad de hecho con la que se contrata.
18. Contratos de suministro y compraventa que celebren las entidades de control fiscal.
19. La contratación suscrita con las entidades descentralizadas prestadoras de servicios públicos domiciliarios, no domiciliarios y complementarios.
20. Contratos con empresas de servicios públicos domiciliarios y telecomunicaciones.

- **RETE-IVA.** El asignado por ley.
- **RETENCIÓN EN LA FUENTE.** El asignado por ley.
- **IMPUESTO DE TIMBRE NACIONAL - Decreto 0175 de 14 de febrero de 2025¹¹**

El Decreto 175 de 2025 que modificó transitoriamente el parágrafo 2 del artículo 519 del Estatuto Tributario, por medio del cual se establecía la tasa del uno por ciento (1%) para el impuesto referido, estuvo vigente por expresa disposición legal hasta el 31 de diciembre de 2025, en consecuencia la tarifa del impuesto nacional de timbre retorna al cero por ciento (0%) de conformidad con lo establecido en el Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuesto Nacionales de Colombia.

■ ***Regulaciones jurídicas:***

- **Aplicación acuerdos marco, documentos tipo o instrumentos de agregación de demanda.**

¿Existen acuerdos marco de precios para suplir la necesidad que se pretende satisfacer con la presente contratación?

¹¹ <https://www.presidencia.gov.co/Documents/250214-Decreto-0175-del-14-de-febrero-de-2025.pdf>



La Institución Universitaria de Envigado realizó la verificación correspondiente frente a la existencia de acuerdos marco de precios que pudieran suplir la necesidad identificada en el presente proceso de contratación. Para ello, se consultó la información publicada por la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente en su plataforma y página web oficial, a fin de determinar la aplicabilidad de este mecanismo de adquisición.

Como resultado de dicha revisión, se estableció que actualmente **no existe un acuerdo marco de precios vigente ni aplicable** para la categoría específica de bienes, obras o servicios objeto de la presente contratación. En consecuencia, la Institución debe adelantar el proceso bajo la modalidad contractual correspondiente, con el fin de garantizar la satisfacción de la necesidad institucional, cumpliendo con los principios de transparencia, economía, eficiencia y responsabilidad que rigen la contratación pública.

Mediante la **Circular 20260001 del 07 de enero de 2026**, se establecieron las cuantías para contratar en la Institución Universitaria de Envigado, de conformidad con lo señalado en el inciso 5, literal b), numeral 2, del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, en los siguientes términos:

MENOR CUANTÍA	Desde cuarenta y nueve millones veinticinco mil trescientos cuarenta y un peso (\$49.025.341) - Hasta cuatrocientos noventa millones doscientos cincuenta y tres mil cuatrocientos pesos (\$490.253.400).
----------------------	---

En consecuencia, la selección del contratista se adelantará teniendo en cuenta las disposiciones de la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, y decretos reglamentarios de la misma, en especial con su Decreto 1082 de 2015, con el fin de garantizar la satisfacción de la necesidad institucional, cumpliendo con los principios de transparencia, economía, eficiencia y responsabilidad que rigen la contratación pública.

- **Aplicación de la Ley 2069 de 2020: POR MEDIO DEL CUAL SE IMPULSA EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA¹². Reglamentada por el Decreto 1860 de 2021¹³.**

La institución está comprometida con la promoción del acceso de las **MiPymes** al mercado de Compras Públicas. Es por ello por lo que aplica los criterios diferenciales en los procesos de selección que genera y publica, los cuales están establecidos en el artículo 31 de la Ley 2069 de 2020, reglamentado por el Decreto 1860 de 2021.

¹² <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>

¹³ <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=175187>

Para el efecto, en función de los criterios de clasificación empresarial, en los documentos del proceso (ver estudios previos, pliegos y/o aviso de convocatoria), se incorporan requisitos habilitantes diferenciales relacionados con alguno de los siguientes aspectos:

1. Tiempo de experiencia.
2. Número de contratos para la acreditación de la experiencia.
3. Índices de capacidad financiera.
4. Índices de capacidad organizacional.
5. Valor de la garantía de seriedad de la oferta.
6. Factores de desempate (de conformidad con la norma vigente).

Los requisitos mencionados se fijan respetando las condiciones habilitantes requeridas para el cumplimiento adecuado del contrato, teniendo en cuenta el alcance de las obligaciones. En desarrollo de lo anterior, con la finalidad de beneficiar a las MiPymes, se establecerán condiciones más exigentes respecto a alguno o algunos de los criterios de participación antes enunciados frente a los demás proponentes que concurren al procedimiento de selección que no sean MiPymes.

Con excepción de los procedimientos de selección abreviada por subasta inversa y de mínima cuantía, la IUE, teniendo en cuenta los criterios de clasificación empresarial, establecerá puntajes adicionales para MiPymes (ver pliego del proceso y estudios previos). En ningún caso, estos podrán superar el cero punto veinticinco por ciento (0.25%) del total de los puntos establecidos en el pliego de condiciones.

De otro lado, la Institución está comprometida con la promoción del acceso de las **Empresas y emprendimientos de Mujeres** al mercado de Compras Públicas. Es por ello por lo que aplica los criterios diferenciales en los procesos de selección que genera y publica, los cuales están establecidos en el artículo 31 de la Ley 2069 de 2020, reglamentado por el Decreto 1860 de 2021.

Las IUE incluirá condiciones habilitantes para incentivar los emprendimientos y empresas de mujeres con domicilio en el territorio nacional. Para el efecto, los Documentos del Proceso se podrán incluir requisitos habilitantes diferenciales relacionados con alguno o algunos de los siguientes aspectos:

1. Tiempo de experiencia.
2. Número de contratos para la acreditación de la experiencia.
3. Índices de capacidad financiera.
4. Índices de capacidad organizacional.
5. Valor de la garantía de seriedad de la oferta.
6. Factores de desempate (de conformidad con la norma vigente).

Los requisitos mencionados se fijan respetando las condiciones habilitantes requeridas para el cumplimiento adecuado del contrato, teniendo en cuenta el alcance de las obligaciones. En desarrollo de lo anterior, con la finalidad de beneficiar a las empresas y emprendimientos

de mujeres, se establecerán condiciones más exigentes respecto a alguno o algunos de los criterios de participación antes enunciados frente a los demás proponentes que concurren al procedimiento de selección que no sean empresas o emprendimientos de mujeres.

De manera que no se ponga en riesgo el cumplimiento adecuado del objeto contractual, con excepción de los procedimientos donde el menor precio ofrecido sea el único factor de evaluación, la IUE otorgarán un puntaje adicional de hasta el cero punto veinticinco por ciento (0.25%) del valor total de los puntos establecidos en los pliegos de condiciones o documentos equivalentes, a los proponentes que acrediten alguno de los supuestos del artículo 2.2.1.2.4.2.14 del presente Decreto 1082 de 2015.

▪ **Aplicación del Decreto 1600 de 2024** ¹⁴

La Institución Universitaria de Envigado, en cumplimiento del Decreto 1600 de 2024, detalla en el numeral 2, apartado C, del presente documento, un estudio de mercado incluyendo la descripción detallada en la elaboración del análisis para la fijación de precios a partir de solicitudes de cotizaciones. Adicionalmente los proveedores, considerados colaboradores esenciales del Estado, aportan junto a las cotizaciones una declaración juramentada para acreditar la ausencia de inhabilidades e incompatibilidades y la Institución realiza la respectiva verificación de antecedentes ante los diferentes organismos competentes.

“Artículo 2.1.4.3.2.1. Prevención de corrupción en la contratación pública. Las entidades mencionadas en el artículo 2.1.4.3.1.2 del presente Decreto, sin perjuicio de las demás obligaciones legales y reglamentarias, deberán garantizar las siguientes acciones en el desarrollo y la gestión contractual a su cargo:

(...)

c. Fortalecer los análisis de mercado para la fijación objetiva de precios. En la elaboración del análisis de mercado para fijar los precios, deberán realizarse estudios públicos y abiertos, que permitan un análisis comparativo de los precios de referencia para alcanzar valores de mercado favorables y mayor eficiencia en el gasto. En esa medida, y con el fin de mitigar sobrecostos, en la definición de presupuestos a partir de cotizaciones no se podrán realizar consultas cerradas ni direccionadas a grupos reducidos de empresas y se verificará la ausencia de inhabilidades e incompatibilidades de las empresas que coticen. En todo caso, en los documentos del proceso debe quedar constancia del proceso que permitió la determinación del precio, el mecanismo seleccionado para fijarlo y la justificación de esa elección”

¹⁴ <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=257756>

Verificación de inhabilidades e incompatibilidades.

Cotizante UNIDAD CREATIVA S.A.S. Nit: 900192211-5



**LA CONTRALORÍA DELEGADA PARA RESPONSABILIDAD FISCAL ,
INTERVENCIÓN JUDICIAL Y COBRO COACTIVO**

CERTIFICA:

Que una vez consultado el Sistema de Información del Boletín de Responsables Fiscales 'SIBOR', hoy martes 23 de junio de 2026, a las 15:53:56, el número de identificación de la Persona Jurídica, relacionado a continuación, NO SE ENCUENTRA REPORTADO COMO RESPONSABLE FISCAL.

Tipo Documento	Número de identificación tributario
No. Identificación	9001922115
Código de Verificación	9001922115260623155356

Esta Certificación es válida en todo el Territorio Nacional, siempre y cuando el tipo y número consignados en el respectivo documento de identificación, coincidan con los aquí registrados.



CERTIFICADO DE ANTECEDENTES

**CERTIFICADO ORDINARIO
No. 298334561**



PIB
15:54:56
Hoja 1 de 01

Bogotá DC, 23 de junio del 2026

La PROCURADURIA GENERAL DE LA NACIÓN certifica que una vez consultado el Sistema de Información de Registro de Sanciones e Inhabilidades (SIRI), la persona UNIDAD CREATIVA S.A.S. identificado(a) con NIT número 9001922115:

NO REGISTRA SANCIONES NI INHABILIDADES VIGENTES



**LA CONTRALORÍA DELEGADA PARA RESPONSABILIDAD FISCAL ,
INTERVENCIÓN JUDICIAL Y COBRO COACTIVO**

CERTIFICA:

Que una vez consultado el Sistema de Información del Boletín de Responsables Fiscales 'SIBOR', hoy martes 23 de junio de 2026, a las 15:55:54, el número de identificación, relacionado a continuación, NO SE ENCUENTRA REPORTADO COMO RESPONSABLE FISCAL.

Tipo Documento	Cédula de Ciudadanía
No. Identificación	71766419
Código de Verificación	71766419260623155554

Esta Certificación es válida en todo el Territorio Nacional, siempre y cuando el tipo y número consignados en el respectivo documento de identificación, coincidan con los aquí registrados.



CERTIFICADO DE ANTECEDENTES

**CERTIFICADO ORDINARIO
No. 298334750**



PIB
15:56:43
Hoja 1 de 01

Bogotá DC, 23 de junio del 2026

La PROCURADURIA GENERAL DE LA NACIÓN certifica que una vez consultado el Sistema de Información de Registro de Sanciones e Inhabilidades (SIRI), el(la) señor(a) WALTER ROBEIRO FLOREZ CORREA identificado(a) con Cédula de ciudadanía número 71766419:

NO REGISTRA SANCIONES NI INHABILIDADES VIGENTES



**POLICÍA NACIONAL
DE COLOMBIA**

INICIO

CONTÁCTENOS

PREGUNTAS FRECUENTES

LEY 2455 / 2025 "LEY ÁNGEL"

Consulta en línea de Antecedentes Penales y Requerimientos Judiciales

La Policía Nacional de Colombia informa:

Que siendo las 03:57:44 PM horas del 23/06/2026, el ciudadano identificado con:

Cédula de Ciudadanía N° **71766419**

Apellidos y Nombres: **FLOREZ CORREA WALTER ROBEIRO**

NO TIENE ASUNTOS PENDIENTES CON LAS AUTORIDADES JUDICIALES

de conformidad con lo establecido en el artículo 248 de la Constitución Política de Colombia.

En cumplimiento de la Sentencia SU-458 del 21 de junio de 2012, proferida por la Honorable Corte Constitucional, la leyenda "NO TIENE ASUNTOS PENDIENTES CON LAS AUTORIDADES JUDICIALES" aplica para todas aquellas personas que no registran antecedentes y para quienes la autoridad judicial competente haya decretado la extinción de la condena o la prescripción de la pena.

Esta consulta es válida siempre y cuando el número de identificación y nombres, correspondan con el documento de identidad registrado y solo aplica para el territorio colombiano de acuerdo a lo establecido en el ordenamiento constitucional.



Policía Nacional de Colombia



Portal de Servicios al Ciudadano PSC

Sistema Registro Nacional de Medidas Correctivas RNMC

 **Consulta Ciudadano**

La Policía Nacional de Colombia informa:

Que a la fecha, 23/06/2026 04:27:29 p. m. el ciudadano con Cédula de Ciudadanía N°. **71766419** .

NO TIENE MEDIDAS CORRECTIVAS PENDIENTES POR CUMPLIR.

De conformidad con la Ley 1801 de 2016 "Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana", Registro interno de validación No. **142647794** . La persona interesada podrá verificar la autenticidad del presente documento a través de la página web institucional digitando <https://www.policia.gov.co>, menú ciudadanos/ consulta medidas correctivas, con el documento de identidad y la fecha de expedición del mismo. Esta consulta es válida siempre y cuando el número de cédula corresponda con el documento de identidad suministrado.



Señores:

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO

Envigado, Antioquia.

**ASUNTO: CERTIFICADO DE INEXISTENCIA DE INHABILIDADES E
INCOMPATIBILIDADES Y CONFLICTO DE INTERES.**

Yo Walter Robeiro Flórez Correa domiciliado en Medellín, Antioquia, identificado con Cedula de Ciudadanía # 71766419 de Medellín, Antioquia, declaro que:

Conozco las causales de inhabilidad e incompatibilidad para contratar con las Entidades Estatales de conformidad con las leyes: 30 de 1992, 80 de 1993, 1150 de 2007, 1474 de 2011, 1437 de 2011, Ley 1952 de 2019 y demás normas sobre la materia.

Que igualmente conozco el concepto de conflicto de intereses que se encuentra definido en el artículo 40 del código único disciplinario, así como las disposiciones del Decreto 046 de 2024, respecto a cuando el interés general propio de la función pública entra en conflicto con el interés particular y directo del servidor público y contratista.

Por lo anterior, manifiesto que conozco sobre las situaciones en las que mis intereses personales pueden influir en el cumplimiento de mis obligaciones y responsabilidades, en beneficio particular, afectando el interés público, con el fin de que puedan ser advertidos y gestionados en forma preventiva, evitando que se favorezcan intereses ajenos al bien común.

Por otra parte, conozco las sanciones establecidas por transgresión a las mismas en los artículos 26 numeral 7 y 52 y los efectos legales consagrados en el art. 44 numeral 1º. Del Estatuto contractual.

Declaro bajo la gravedad del juramento que se entiende prestado con la firma del presente documento, que no me encuentro incurso en ninguna causal de inhabilidad, incompatibilidad, ni conflicto de interés.

En constancia de lo anterior, se firma el mismo a los 01 días de junio de 2026

Firma:

Nombre: Walter Robeiro Flórez Correa
C.C. No: 71766419



Cotizante TECNOLOGIAS ISYSCOL S.A.S. Nit 900698050-9



**LA CONTRALORÍA DELEGADA PARA RESPONSABILIDAD FISCAL ,
INTERVENCIÓN JUDICIAL Y COBRO COACTIVO**

CERTIFICA:

Que una vez consultado el Sistema de Información del Boletín de Responsables Fiscales 'SIBOR', hoy martes 23 de junio de 2026, a las 16:44:03, el número de identificación de la Persona Jurídica, relacionado a continuación, NO SE ENCUENTRA REPORTADO COMO RESPONSABLE FISCAL.

Tipo Documento	Número de identificación tributario
No. Identificación	9006980509
Código de Verificación	9006980509260623164403

Esta Certificación es válida en todo el Territorio Nacional, siempre y cuando el tipo y número consignados en el respectivo documento de identificación, coincidan con los aquí registrados.

**PROCURADURÍA
GENERAL DE LA NACIÓN**
COLOMBIA

CERTIFICADO DE ANTECEDENTES

**CERTIFICADO ORDINARIO
No. 298339911**



PIB
16:45:15
Hoja 1 de 01

Bogotá DC, 23 de junio del 2026

La PROCURADURIA GENERAL DE LA NACIÓN certifica que una vez consultado el Sistema de Información de Registro de Sanciones e Inhabilidades (SIRI), la persona TECNOLOGIAS ISYSCOL SAS identificado(a) con NIT número 9006980509:

NO REGISTRA SANCIONES NI INHABILIDADES VIGENTES



CONTRALORÍA
GENERAL DE LA REPÚBLICA

**LA CONTRALORÍA DELEGADA PARA RESPONSABILIDAD FISCAL ,
INTERVENCIÓN JUDICIAL Y COBRO COACTIVO**

CERTIFICA:

Que una vez consultado el Sistema de Información del Boletín de Responsables Fiscales 'SIBOR', hoy martes 23 de junio de 2026, a las 16:46:20, el número de identificación, relacionado a continuación, NO SE ENCUENTRA REPORTADO COMO RESPONSABLE FISCAL.

Tipo Documento	Cédula de Ciudadanía
No. Identificación	29180441
Código de Verificación	29180441260623164620

Esta Certificación es válida en todo el Territorio Nacional, siempre y cuando el tipo y número consignados en el respectivo documento de identificación, coincidan con los aquí registrados.



CERTIFICADO DE ANTECEDENTES

**CERTIFICADO ORDINARIO
No. 298340089**



PIB
16:47:03
Hoja 1 de 01

Bogotá DC, 23 de junio del 2026

La PROCURADURIA GENERAL DE LA NACIÓN certifica que una vez consultado el Sistema de Información de Registro de Sanciones e Inhabilidades (SIRI), el(la) señor(a) SANDRA MILENA DUQUE YEPES identificado(a) con Cédula de ciudadanía número 29180441:

NO REGISTRA SANCIONES NI INHABILIDADES VIGENTES



Consulta en línea de Antecedentes Penales y Requerimientos Judiciales

La Policía Nacional de Colombia informa:

Que siendo las 04:47:50 PM horas del 23/06/2026, el ciudadano identificado con:

Cédula de Ciudadanía N° **29180441**

Apellidos y Nombres: **DUQUE YEPES SANDRA MILENA**

NO TIENE ASUNTOS PENDIENTES CON LAS AUTORIDADES JUDICIALES

de conformidad con lo establecido en el artículo 248 de la Constitución Política de Colombia.

En cumplimiento de la Sentencia SU-458 del 21 de junio de 2012, proferida por la Honorable Corte Constitucional, la leyenda "NO TIENE ASUNTOS PENDIENTES CON LAS AUTORIDADES JUDICIALES" aplica para todas aquellas personas que no registran antecedentes y para quienes la autoridad judicial competente haya decretado la extinción de la condena o la prescripción de la pena.

Esta consulta es válida siempre y cuando el número de identificación y nombres, correspondan con el documento de identidad registrado y solo aplica para el territorio colombiano de acuerdo a lo establecido en el ordenamiento constitucional.



Sistema Registro Nacional de Medidas Correctivas RNMC

👤 Consulta Ciudadano

La Policía Nacional de Colombia informa:

Que a la fecha, 23/06/2026 04:48:47 p. m. el ciudadano con Cédula de Ciudadanía N°. **29180441**.

NO TIENE MEDIDAS CORRECTIVAS PENDIENTES POR CUMPLIR.

De conformidad con la Ley 1801 de 2016 "Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana". Registro interno de validación No. **142651145**. La persona interesada podrá verificar la autenticidad del presente documento a través de la página web institucional digitando <https://www.policia.gov.co>, menú ciudadanos/ consulta medidas correctivas, con el documento de identidad y la fecha de expedición del mismo. Esta consulta es válida siempre y cuando el número de cédula corresponda con el documento de identidad suministrado.



**CERTIFICADO DE INEXISTENCIA DE
INHABILIDADES E INCOMPATIBILIDADES Y
CONFLICTO DE INTERES**

**PROCESO DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y
SERVICIOS**

Código: F-RF-0075

Versión: 01

Página 1 de 1

Señores:

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO

Envigado, Antioquia.

**ASUNTO: CERTIFICADO DE INEXISTENCIA DE INHABILIDADES E
INCOMPATIBILIDADES Y CONFLICTO DE INTERES.**

SANDRA MILENA DUQUE YEPES domiciliado en **Cali, Valle del Cauca**, identificado con Cedula de Ciudadanía # **29180441** de **Cali, Valle del Cauca**, declaro que:

Conozco las causales de inhabilidad e incompatibilidad para contratar con las Entidades Estatales de conformidad con las leyes: 30 de 1992, 80 de 1993, 1150 de 2007, 1474 de 2011, 1437 de 2011, Ley 1952 de 2019 y demás normas sobre la materia.

Que igualmente conozco el concepto de conflicto de intereses que se encuentra definido en el artículo 40 del código único disciplinario, así como las disposiciones del Decreto 046 de 2024, respecto a cuando el interés general propio de la función pública entra en conflicto con el interés particular y directo del servidor público y contratista.

Por lo anterior, manifiesto que conozco sobre las situaciones en las que mis intereses personales pueden influir en el cumplimiento de mis obligaciones y responsabilidades, en beneficio particular, afectando el interés público, con el fin de que puedan ser advertidos y gestionados en forma preventiva, evitando que se favorezcan intereses ajenos al bien común.

Por otra parte, conozco las sanciones establecidas por transgresión a las mismas en los artículos 26 numeral 7 y 52 y los efectos legales consagrados en el art. 44 numeral 1º. Del Estatuto contractual.

Declaro bajo la gravedad del juramento que se entiende prestado con la firma del presente documento, que no me encuentro incurso en ninguna causal de inhabilidad, incompatibilidad, ni conflicto de interés.

En constancia de lo anterior, se firma el mismo a los 01 días de Junio de 2026

Firma:

Nombre: **SANDRA MILENA DUQUE YEPES**

C.C. No: **29180441**

■ **Regulaciones ambientales**

DOCUMENTO CONPES 3918 de 2018¹⁵. ESTRATEGIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) EN COLOMBIA, el cual traza indicadores y metas a nivel país, encaminadas a consolidar un modelo de desarrollo sostenible a 2030.

GUÍA DE COMPRAS PÚBLICAS SOSTENIBLES CON EL MEDIO AMBIENTE¹⁶. Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente. Las compras públicas sostenibles con el Medio Ambiente buscan la integración de criterios medio ambientales a la gestión contractual de las Entidades Públicas, con el propósito de promover políticas ambientales y, por tanto, el desarrollo sostenible en el país.

REGISTRO ÚNICO AMBIENTAL: El Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, a través de Resolución 1023 de 2010 puso en funcionamiento el Registro Único Ambiental (RUA). Su objetivo es obtener información estandarizada sobre el uso, aprovechamiento o afectación de los recursos naturales renovables por las diferentes actividades económicas. Esta resolución es aplicable a los establecimientos cuya actividad productiva principal está incluida en la Sección D –Industrias Manufactureras, divisiones 15 a 37 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme– CIIU, Revisión 3.0 adaptada para Colombia por el DANE, o aquella que la modifique o sustituya, que de acuerdo a la normativa ambiental vigente, requiera de licencia ambiental, plan de manejo ambiental, permisos, concesiones, y demás autorizaciones ambientales, así como aquellas actividades que requieran de registros de carácter ambiental.

■ **Regulaciones de cualquier otro tipo**

Ley 2300 de 2023. “POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN MEDIDAS QUE PROTEJAN EL DERECHO A LA INTIMIDAD DE LOS CONSUMIDORES”¹⁷

En ella se establecen nuevas medidas para proteger el derecho a la intimidad de los consumidores, afectando fundamentalmente a las COMUNICACIONES PROMOCIONALES (no transaccionales), y en especial a los SERVICIOS RELACIONADOS CON COBRANZA Y GESTIÓN DE CARTERA.

Dado que el cumplimiento de esta nueva normativa es responsabilidad de las empresas que emiten las comunicaciones, para su comodidad les resumimos los aspectos principales de la Ley que pueden influir en los servicios (SMS, Emails):

[...] **Para el resto de las Comunicaciones Publicitarias:**

¹⁵ <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3918.pdf>

¹⁶ https://sigi.sic.gov.co/SIGI/files/mod_documentos/anexos/955/cce-eicp-gi-16_guia_de_cps_v1_marzo2022_comm_emaef.pdf

¹⁷ <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=213990>

“En todo caso el envío de mensajes publicitarios a través de mensajes cortos de texto (SMS), mensajería por aplicaciones o web, correos electrónicos y que realicen llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario, solo podrán hacerlo por dentro de los horarios establecidos en el artículo 3.”

B. PERSPECTIVA ECONÓMICA

¿A qué sector de la economía pertenecen los posibles oferentes de la presente contratación?

Para identificar el sector de la economía al cual pertenecen los posibles oferentes, debemos tener claros los diferentes sectores en los cuales se dividen:

¹⁸División según la economía clásica

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

- **Sector primario o sector agropecuario:** Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial.
- **Sector secundario o sector Industrial:** Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.
Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación:
Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.
Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.
- **Sector terciario o sector de servicios:** Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc. Es indispensable aclarar que los dos primeros sectores producen bienes tangibles, por lo cual son considerados como sectores productivos. El tercer sector se considera no productivo, puesto que no produce bienes tangibles, sin embargo, contribuye a la formación del ingreso nacional y del producto nacional.

¹⁸ <http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sector%20econ%C3%B3mico>

¹⁹**El sector primario** es el que inicia la cadena productiva, mediante la extracción u obtención de recursos a partir de la naturaleza: la materia prima. Dicha materia prima se obtiene interviniendo el medio ambiente y a menudo bajo estrictas reglas ecológicas u operativas que el Estado tiene la misión de supervisar, ya que el sector primario suele operar bajo la figura de la licitación estatal: un permiso legal para extraer un bien o un recurso.

El sector secundario recibe la materia prima del sector primario y se ocupa de someterla a procedimientos especializados de transformación, obteniendo así productos elaborados listos para su consumo, o bien productos semielaborados que irán a su vez a otra industria del sector para formar parte de otros productos elaborados. Se trata del sector industrial por excelencia, el encargado de fabricar las cosas que consumimos.

Se denomina sector terciario o sector servicios al eslabón de la cadena económica que, a diferencia de los dos anteriores, no se dedica a la extracción de materia prima ni a su transformación en bienes de consumo, sino a la satisfacción de necesidades operativas y comerciales o de cualquier otra naturaleza que requieran tanto los consumidores finales como otras empresas e industrias.

Este sector se encarga a menudo de brindar soporte especializado en la conducción de sus operaciones a tanto el sector primario como el secundario, sobre todo en asuntos que no involucran directamente la actividad económica específica a la que se dedican.

Por ejemplo, una industria farmacéutica requerirá el envío de sus medicinas a la gente que las consume, y para ello acude a una empresa transportista en lugar de hacerlo por sí misma, recibiendo así servicios de transporte. A esto se le conoce como *tercerización*.

El sector terciario es por naturaleza sumamente diverso y específico, pero a grandes rasgos sus tres áreas principales de acción son el soporte, la distribución y la comercialización.

Soporte: Servicios en la resolución de problemas de un área específica, o en la obtención de recursos humanos, tecnológicos o en la supervisión de la estructura de funcionamiento de las diversas formas productivas.

Distribución: El transporte tanto de mercancías elaboradas, materias primas o personas, estas últimas con fines laborales, recreativos o de cualquier otra índole.

Comercialización: Es el paso final de las cadenas productivas, pues consiste en llevar el producto final a sus consumidores y hacerlo disponible al mercado de consumo local. En algunos casos este último puede ser realmente amplio, como ocurre con la venta online de productos a cualquier parte del mundo.

²⁰El sector de servicios económicos o sector terciario se compone de áreas de la economía tales como:

¹⁹ <https://concepto.de/sector-terciario/#ixzz5tJlVswQT>

²⁰ https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_servicios

- Comercio (mayorista, minorista, franquicias)
- Actividades financieras (banca, seguros, bolsa y otros mercados de valores)
- Servicios personales, los más importantes de los cuales son los que se identifican con el estado de bienestar (especialmente educación, sanidad y atención a la dependencia - servicios públicos, se presten por el Estado o por la iniciativa privada), pero también otros (como las peluquerías)
- Servicios a empresas de cualquier sector, como la gestión y administración de empresas (incluyendo el nivel ejecutivo), la publicidad y las consultorías y asesoramientos económico, jurídico, tecnológico, de inversiones, etc.
- Función pública, administración pública, actividades de representación política y de servicios a la comunidad, como las actividades en torno a la seguridad y defensa (ejército, policía, protección civil, bomberos, etc.) y las actividades en torno a la justicia (jueces, abogados, notarios, etc.)
- Hotelería y las actividades en torno al turismo
- Las actividades en torno al ocio, la cultura, el deporte y los espectáculos, que incluyen las llamadas industrias audiovisuales o de imagen y sonido (industria musical, industria cinematográfica y similares, como los videojuegos); la industria editorial se incluye, con las artes gráficas, entre los sectores industriales (es decir, en el sector secundario)
- Transporte y comunicación (según se trasladen mercancías o información)
- Medios de comunicación, especialmente los medios de comunicación de masas o sociales (periodismo escrito -prensa-, radio y televisión)
- Telecomunicaciones, especialmente los medios personales (telefonía)
- Otras aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet.

Una vez analizada la división según la economía clásica, puede decirse que el presente objeto contractual se encuentra enmarcado en el **sector terciario de la economía**.

¿Qué participación tiene el sector enunciado en la economía colombiana?

Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)²¹

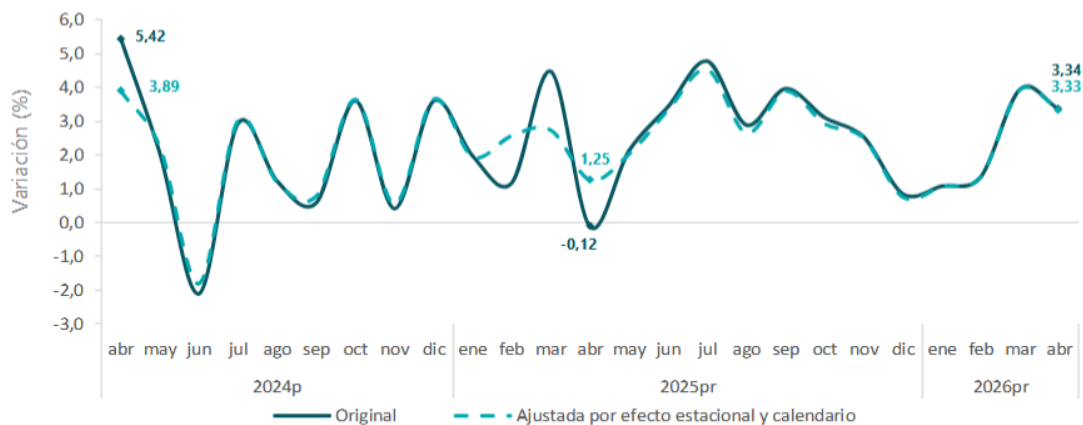
Para el mes de abril de 2026pr, el ISE en su serie original se ubicó en 124,35, lo que representó un crecimiento de 3,34% respecto al mes de abril de 2025pr (120,33).

²¹ <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ISE/bol-ISE-abr2026.pdf>



Abril de 2026^{pr}

Gráfico 1. Tasa de crecimiento anual del índice del Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)
Serie original y serie ajustada por efecto estacional y calendario
2024^p - 2026^{pr} (abril)



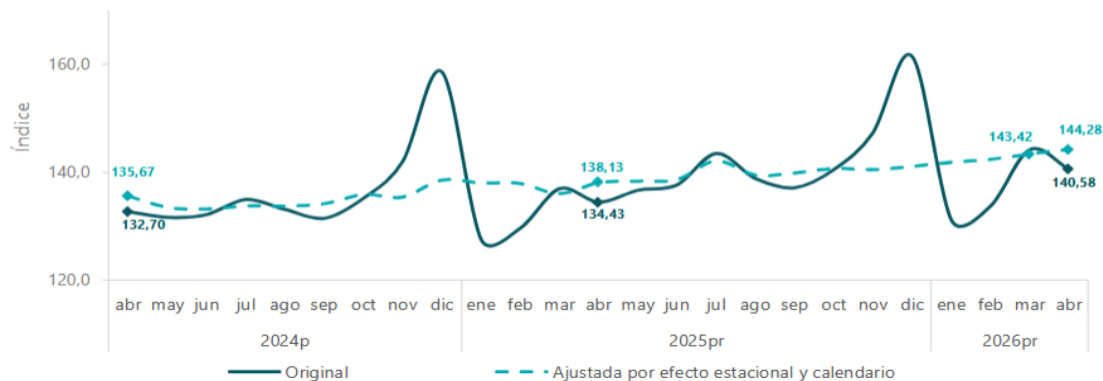
Fuente: DANE, ISE

^ppreliminar

^pprovisional

Resultados del índice de las actividades terciarias

Gráfico 14. Índice de las actividades terciarias (base 2015)
Serie original y serie ajustada por efecto estacional y calendario
2024^p - 2026^{pr} (abril)



Fuente: DANE, ISE

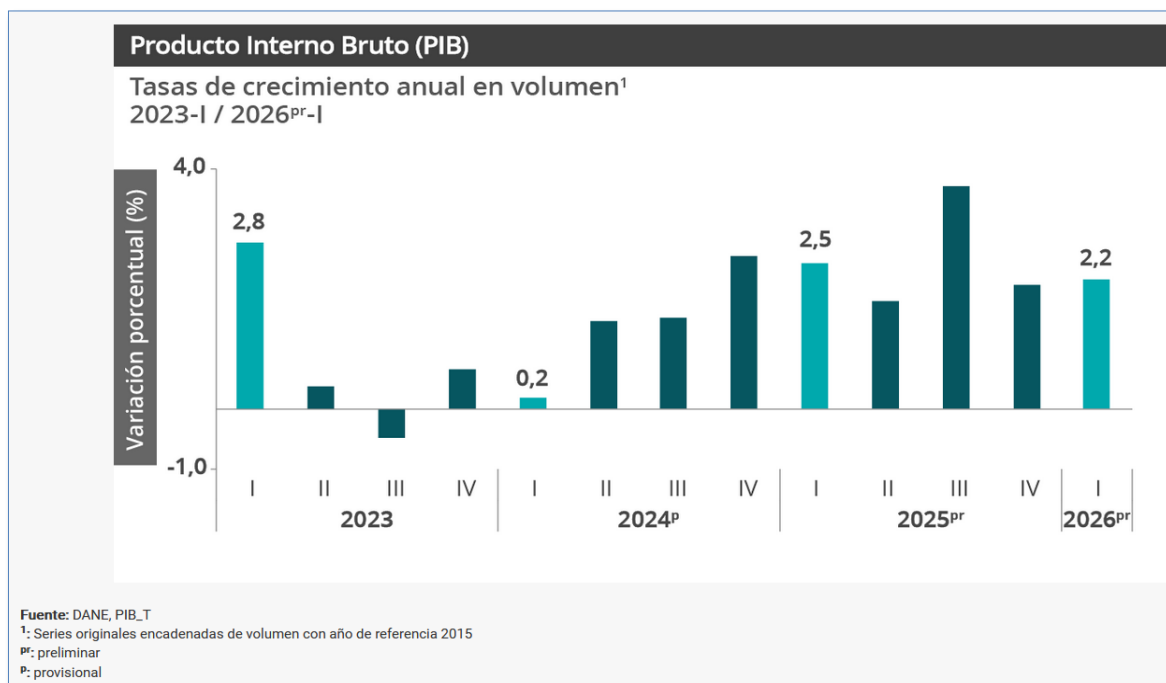
^ppreliminar

^pprovisional

Algunas cifras económicas que reflejan las dinámicas del sector al cual pertenece la contratación:

Producto Interno Bruto (PIB) nacional trimestral ²²

En el primer trimestre de 2026pr, el Producto Interno Bruto en su serie original, crece 2,2% respecto al mismo periodo de 2025pr.



Índice de Precios al Consumidor (IPC) ²³

En mayo de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,47%, la variación año corrido fue 4,36% y la anual 5,84%.

En mayo de 2026 la variación anual del IPC fue 5,84%, es decir, 0,79 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,05%.

El comportamiento mensual del IPC total en mayo de 2026 (0,47%) se explicó principalmente por la variación mensual de las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Transporte. Las mayores variaciones se presentaron en las divisiones Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,86%) y Recreación y cultura (0,77%).

²² <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-ltrim2026.pdf>

²³ <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/may2026/bol-IPC-may2026.pdf>

Información mayo 2026

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Variación mensual, año corrido y anual
Total nacional
2025 - 2026 (mayo)

IPC	Mayo					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
IPC total	0,32	0,47	3,63	4,36	5,05	5,84

Fuente: DANE, IPC

C. PERSPECTIVA COMERCIAL

*¿De qué forma suele adquirirse el bien, obra o servicio que se pretende contratar?
(Manera como se adquiere en el sector público y en el sector privado de acuerdo con
las tradiciones comerciales del sector)*

El proceso de compra en las entidades públicas tiene en lo fundamental etapas que sirven para la planeación de la adquisición del bien y servicio, dentro de los cuales se encuentra el plan anual de adquisiciones, documento que plasma las necesidades de la entidad en la adquisición de bienes, obras y servicios que se pretende adquirir durante el año, en donde se enuncia las diferentes modalidades de contratación. El estado interviene en el desarrollo de la actividad económica como consumidor y como productor. Así, actúa como unidad económica de consumo cuando adquiere bienes y servicios de las empresas privadas para desarrollar las funciones y los objetivos que se tienen por cumplir con la contratación a desarrollar.

Para la adquisición de bienes y servicios en las entidades públicas, es obligación respecto de todos los procesos contractuales, la escogencia de los contratistas de forma objetiva. Esto significa que en ningún caso la selección del contratista puede ser subjetiva. Es por tal motivo que los bienes o servicios que se pretenden contratar para el normal funcionamiento administrativo o para el cumplimiento de los fines estatales, deben ceñirse a lo dispuesto por el estatuto de contratación de la administración pública, es decir la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011, Decreto 019 de 2012, Decreto 1082 de 2015, Ley 1882 de 15 de enero de 2018 y demás normas que lo deroguen, modifiquen o complementen.

Igualmente se debe cumplir con los principios de la contratación estatal, los cuales rigen todos los procesos de selección que se desarrollan en la entidad estatal, sin importar la modalidad de selección por la cual se va a adquirir el bien o servicio. Dichos principios son: transparencia, planeación, responsabilidad, publicación, debido proceso, supremacía de lo sustancial sobre lo formal.

A diferencia del sector público, el sector privado se compone de la actividad empresarial que es propiedad privada y está financiada y administrada por particulares. Las empresas que conforman el sector privado pueden ser: pequeñas empresas, propiedad de una sola persona o de grandes empresas como las multinacionales que operan en el mundo. El objetivo de las empresas en el sector privado es obtener un beneficio económico.

Una de las grandes diferencias de la adquisición de los bienes y servicios entre la empresa privada y el sector público es el origen y la aplicación de los requisitos. Las empresas del sector privado obtienen ingresos, controlan sus gastos y aplican políticas estrictamente tendientes a armonizar su política de inversiones y ganancias. La adquisición de bienes y servicios se realiza de una manera muy diferente al sector público pues las adquisiciones se pueden realizar de manera directa, es decir por factura de compra en donde se adquiere el bien según el precio y la ganancia que se obtengan de dicha compra, en donde el precio de referencia se obtiene de la oferta más favorable para la organización; un poco similar al sector público pero a diferencia, en el sector privado no se requiere de la elaboración de procesos de selección para la compra de artículos o bienes muebles e inmuebles y solo se requiere la voluntad de las partes para la ejecución contractual de manera inmediata es decir un ganancia de oferta y demanda. Para el caso de contratación de servicios en el sector privado, se realiza una selección con base en la experiencia y recomendaciones que se tengan de la organización que llevaría a cabo dicho servicio y en la oferta más favorable en cuanto a términos financieros para la organización.

D. PERSPECTIVA FINANCIERA

¿De qué forma el sector económico que se pretende impactar adquiere sus sistemas de financiación para el adecuado manejo y cumplimiento de las labores propias de su ejercicio comercial?

El sector en el cual se enmarca esta contratación adquiere sus sistemas de financiamiento de acuerdo en la forma que reúna el capital lo cual se conoce como financiamiento. Esta adquisición de capital les permite a las empresas la posibilidad de mantener una economía estable y eficiente al igual que mantener sus actividades comerciales que contribuyen a un mayor aporte al sector económico.

Dentro de las fuentes de financiamiento del sector encontramos:



- **Ahorros personales:** Para la mayoría de los negocios o servicios la principal fuente de financiamiento proviene de recursos personales.
- **Bancos o cooperativas de crédito:** En este aspecto encontramos los préstamos que realizan los bancos tanto a las personas naturales como jurídicas.
- **Inversión per-capital:** En su mayoría son organizaciones que prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento a cambio de acciones o ganancias parciales del negocio.
- **Inversión Estatal:** En caso de empresas industriales y comerciales del estado.

Así mismo, dentro de las fuentes de financiamiento encontramos otras fuentes de financiación que es a corto plazo y están representado por:

- Créditos comerciales
- Créditos bancarios
- Pagares
- Líneas de crédito

¿De qué manera puede ello impactar en la ejecución del contrato?

El tipo de financiamiento empleado para respaldar la ejecución contractual puede generar impactos significativos tanto en la estabilidad financiera de la organización como en la confianza del sector económico involucrado. Dicho financiamiento puede provenir de ahorros personales, bancos o cooperativas de crédito, inversión de capital privado, inversión estatal, créditos comerciales, créditos bancarios o pagarés, cada uno con implicaciones específicas en términos de costos financieros, nivel de riesgo y capacidad de endeudamiento.

En el caso de personas jurídicas, la fuente de financiamiento utilizada influye directamente en el índice de endeudamiento y en la solidez de su estructura financiera, lo cual se refleja en la capacidad de asumir compromisos contractuales sin comprometer la continuidad de sus operaciones. Para las personas naturales, el respaldo con recursos propios o mediante créditos puede representar un factor determinante en la sostenibilidad de la actividad comercial y en la posibilidad de responder adecuadamente a las obligaciones adquiridas.

Asimismo, el acceso a financiamiento oportuno y adecuado garantiza que las organizaciones mantengan una economía estable, preserven la liquidez necesaria para el cumplimiento de los plazos de ejecución y puedan atender imprevistos sin poner en riesgo la viabilidad del contrato. Este aspecto reviste especial importancia en el ámbito de la contratación pública, ya que brinda al Estado un marco de seguridad y confianza respecto a que la ejecución se desarrollará de acuerdo con lo planeado, mitigando riesgos de incumplimiento y favoreciendo la eficiencia en el uso de los recursos.

E. PERSPECTIVA ORGANIZACIONAL

¿Desde el punto de vista de la organización normalmente el mercado cómo está conformado para el cumplimiento de un contrato como el que se pretende celebrar?

Aunque la actividad económica está dividida en sectores económicos, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Dada la naturaleza del objeto, la presente contratación se ubica dentro de la clasificación análoga del **sector comercio y servicios**²⁴ del sector terciario de la economía.

El sector comercial y de servicios en Colombia es uno de los segmentos más importantes dentro del Producto Interno Bruto ya que es de los que más aporta. Gracias a los tratados de libre comercio ratificados por Colombia, el crecimiento de la economía en el país durante los últimos años ha tendido al alza.

El sector terciario a diferencia del primario y secundario no está agrupado en un gremio en sí, pero si en diferentes asociaciones y federaciones que permiten medir el crecimiento de este sector, al igual que conocer las cifras de impacto en el producto interno bruto.

Para el cumplimiento del objeto contractual este sector normalmente está conformado por personas jurídicas o naturales que cumplen con los requisitos de ley en concordancia con los principios constitucionales y normativos relacionados con la publicidad, la transparencia y la participación ciudadana.

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

La cadena productiva es el conjunto de operaciones necesarias para llevar a cabo la producción de un bien o servicio, que ocurre de forma planificada y producen un cambio o transformación de materiales.

En la prestación de servicios la cadena de producción y/o distribución está enmarcada en la calidad y la satisfacción del servicio, en donde el cliente experimenta factores diferenciadores como la recordación, la lealtad y la fidelidad que lleva a generar la nueva contratación y la recompra.

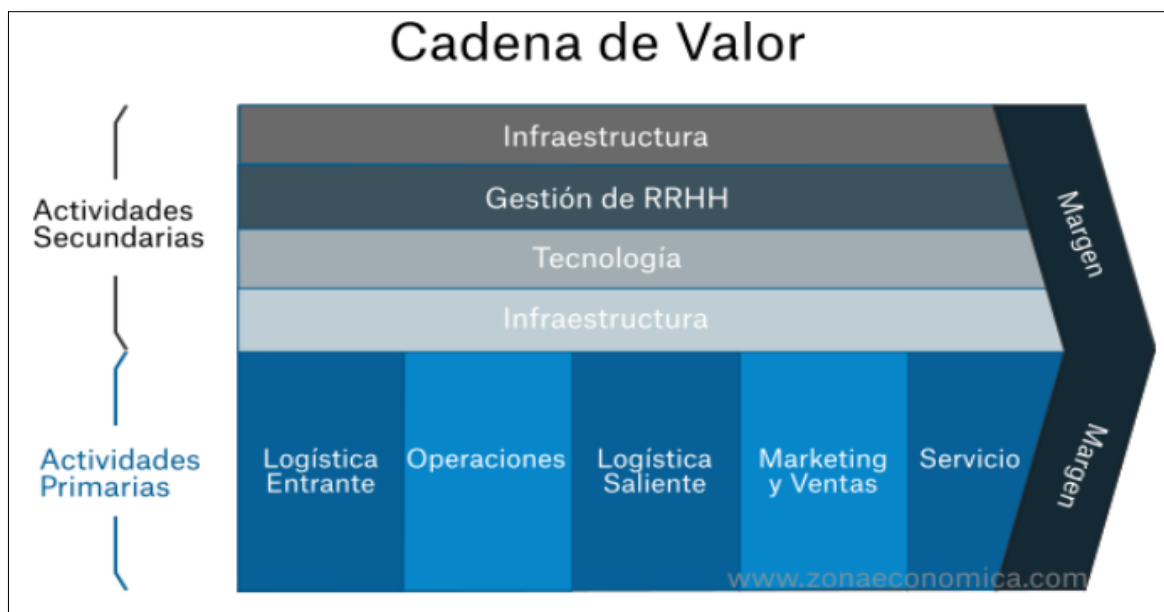
La Cadena de Valor Genérica²⁵

La cadena de valor es un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa. Porter (1985)

²⁴ https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Sectores_económicos

²⁵ <https://m.zonaeconomica.com/modelo-cadena-valor>

En base a esta definición se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra cuando es capaz de aumentar el margen (ya sea bajando los costos o aumentando las ventas). Este margen se analiza por supuesto a través de la cadena de valor de Michael Porter.



La cadena de valor se divide en dos partes:

1. **Actividades Primarias:** se refieren a la creación física del producto, su venta y el servicio postventa, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:
2. **Actividades Secundarias:** están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas 'actividades secundarias:

Toda empresa tiene actividades de valor directo, indirecto y de aseguramiento de Calidad. Los tres tipos no solo están presentes entre las actividades primarias, sino en las actividades de apoyo.

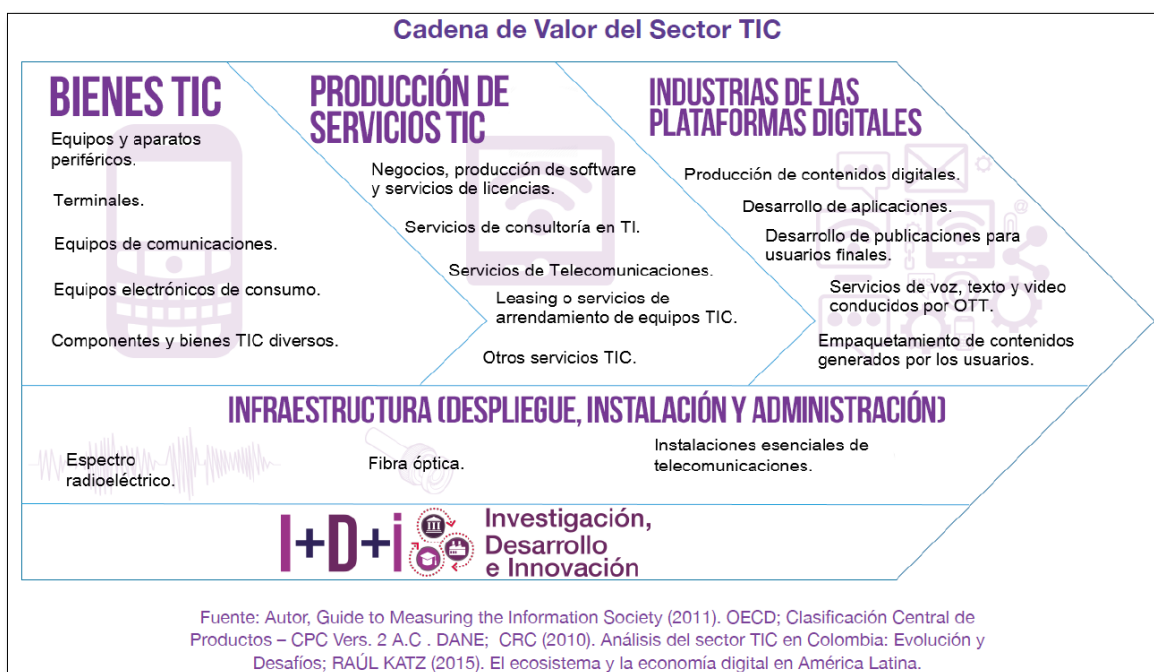
La cadena de valor no es una colección de actividades independientes, sino un sistema de actividades interdependientes. Las actividades de valor están relacionadas por eslabones dentro de la cadena de valor. Los eslabones son las relaciones entre la manera en que se desempeña una actividad y el costo o desempeño de otra. (Arimany, 2010)

Sector de las TIC²⁶

La cadena de valor del sector TIC se destacaba principalmente por la infraestructura que provee el acceso a los servicios de telecomunicaciones, el auge de contenidos y uso de aplicativos de software específicos donde la industria TI, tenía una proporción pequeña del mercado.

La evidente transformación del sector TIC, hace que hoy su crecimiento no se refleje en la manera como se mide actualmente dentro del Producto Interno Bruto de Colombia. Por tal razón es importante complementar a la cadena de valor del sector TIC, el componente de la industria de las plataformas digitales que emerge de la economía digital.

Hoy la cadena de valor del sector TIC en Colombia se compone de cinco grandes dimensiones, (1) la infraestructura que soporta la utilización de los servicios y productos, (2) la fabricación y/o venta de los bienes TIC, (3) la producción de los servicios de telecomunicaciones, donde el servicio de Internet comienza a ser el punto de surgimiento de una nueva industria, (4) la industria de las plataformas digitales. Toda la cadena de valor (Gráfica 1) tiene como componente transversal el conjunto de actividades de (5) investigación, desarrollo e innovación necesarias para la continua evolución del sector.



²⁶ https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-73994_recurso_1.pdf



¿El producto obra o servicio requiere la realización de labores de importación de mercancías y/o servicios?

No se prevé la necesidad de importar bienes ni servicios, dado que en el país existe una amplia disponibilidad de empresas, gremios, organizaciones y proveedores que cuentan con la experiencia, capacidad técnica, operativa y comercial necesarias para ofrecer lo requerido. Estas entidades nacionales disponen tanto de conocimiento especializado como de recursos suficientes para satisfacer integralmente las necesidades, cumpliendo con los estándares de calidad, eficiencia y oportunidad establecidos.

En el caso de los servicios, la oferta local y nacional garantiza la atención de las demandas específicas. De igual forma, los bienes se encuentran disponibles en el mercado interno, con una amplia variedad de marcas y proveedores que incluyen la zona geográfica del comprador, ya sea en tiendas físicas, mercados o comercios cercanos. Esta condición no solo facilita el acceso directo y oportuno, sino que también contribuye a la reducción de costos asociados al transporte y la entrega.

Cabe resaltar que muchos de los proveedores nacionales, tanto de bienes como de servicios, ya gestionan procesos de importación cuando resulta necesario, lo que permite acceder a una oferta diversificada sin que el consumidor final deba realizar gestiones internacionales de manera directa.

F. PERSPECTIVA TÉCNICA

¿El bien, obra o servicio que se pretende adquirir requiere una condición técnica especial y específica?

Sí. El bien, obra o servicio que se pretende adquirir requiere condiciones técnicas especiales y específicas que deben ser tenidas en cuenta en el proceso de contratación. Para tal fin, los posibles oferentes deberán remitirse de manera obligatoria a las especificaciones técnicas, fichas técnicas, estudios previos y demás documentos del proceso, los cuales constituyen parte integral del expediente contractual.

Estos documentos contienen la información detallada sobre las características, requisitos, parámetros de calidad, normas aplicables y condiciones particulares que deben cumplirse, tanto en la fase de propuesta como en la ejecución contractual. Su consulta y adecuada interpretación permitirá a los oferentes presentar propuestas ajustadas a la realidad de las necesidades identificadas, asegurando que los productos o servicios ofertados correspondan con los estándares establecidos.

De esta manera, se garantiza que la contratación se desarrolle con plena claridad técnica, minimizando riesgos de incumplimiento, promoviendo la eficiencia en la ejecución y asegurando que el bien, obra o servicio contratado satisfaga de manera integral los objetivos planteados.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

COMPONENTE #1 EMAIL MARKETING	
CARACTERÍSTICAS	1. Envío de campañas a través de correos electrónicos masivos.
	2. Entrega de métricas por envío, donde se especifique la tasa de apertura, clics, rebotes, descargas.
	3. Sin restricción de contactos (suscriptores) en las bases de datos disponibles para el envío.
	4. Realizar envío promedio de un millón ciento cuarenta mil (1.140.000) correos por la vigencia del contrato (cantidad sujeta a requerimiento de la entidad, hasta agotar la partida presupuestal de la bolsa).
	6. Disponibilidad del servicio para realizar envíos de correos 24/7.
SOPORTE TÉCNICO	El contratista deberá prestar soporte técnico y capacitaciones permanente en el horario institucional en el que brindará acompañamiento a la institución en caso de dudas y fallas.
ACCESO	Entregar a la institución la creación de hasta de diez (10) usuarios, en el que se asigne roles y niveles de acceso según la necesidad específica de la gestión dentro de la plataforma mail marketing.
COMPONENTE #2 NOTIFICACIONES POR WHATSAPP	
CARACTERÍSTICAS	1. Envío de campañas a través de números de celulares masivos.
	2. Realizar envío promedio de ciento setenta y tres mil (173.000) mensajes por la vigencia del contrato (cantidad sujeta a requerimiento de la entidad, hasta agotar la partida presupuestal de la bolsa).
	3. Multiagentes – 1 Licencia para responder el whatsapp y 2 accesos de administración de la plataforma.
	4. Paquete interacciones ilimitadas.
	5. Estadísticas completas para medir el desempeño de los agentes.

	6. Historial de conversaciones para seguimiento y trazabilidad.
	7. Módulo Chatbot con capacidad omnicanal (Facebook Messenger, Instagram Chat, Telegram y Web Chat).
	8. Posibilidad de integración con sus sistemas internos para automatizar respuestas y solicitudes.
	9. Disponibilidad del servicio para realizar envíos de notificaciones de whatsapp 24/7.
	10. El envío de notificaciones debe soportar documentos en formato .pdf, videos, imágenes y enlaces web
SOPORTE TÉCNICO	El contratista deberá prestar soporte técnico y capacitaciones permanente en el horario institucional en el que brindará acompañamiento a la institución en caso de dudas y fallas.
ACCESO	Entregar a la institución la creación mínima de dos (2) usuarios para gestionar la plataforma.
COMPONENTE #3	
DOS (2) LICENCIAS DE FREEPIK (Plan Premium+)	
CARACTERÍSTICAS	Acceso a todos los modelos de imagen, vídeo y audio
	Spaces: un lienzo compartido, diseñado para flujos de trabajo
	Herramientas de edición profesional: imagen, vídeo y diseño
	Generación de música, voz y efectos de sonido
	Licencia comercial de IA, incluyendo los derechos musicales
	Entrena a la IA para crear estilos, personajes y productos
	Más de 200 millones de fotos, vídeos, vectores y PSD
	Créditos válidos durante un (1) año, sin restablecimientos mensuales
ACCESO	Entregar a la institución los usuarios para gestionar la plataforma
COMPONENTE #4	
UNA (1) LICENCIA SPREAKER (Plan Anchorman)	
CARACTERÍSTICAS	Carge de episodios ilimitados
	Sube en iHeartRadio, Spotify, Apple Podcasts

	RSS Feeds personalizables
	Podcasts privados
	Suscripciones Apple Podcasts
	Soporte en la aplicación
	Estadísticas completas
	Personalizar colores reproductor
ACCESO	Entregar a la institución los usuarios para gestionar la plataforma
COMPONENTE #5	
UNA (1) LICENCIA METRICOOL (Plan Advanced)	
CARACTERÍSTICAS	Gestión de hasta 15 marcas
	Sistema de aprobación de publicaciones
	Analíticas completas de las marcas y cuentas inscritas
	Plantilla informes personalizados
	Conector de Looker Studio
	API de Metricool (Zapier, Make y MCP)
ACCESO	Entregar a la institución los usuarios para gestionar la plataforma
COMPONENTE #6	
UNA (1) LICENCIA CAPCUT (Plan Pro)	
CARACTERÍSTICAS	Permite incluir a los videos efectos, transiciones y filtros exclusivos.
	Exportación Premium de 4K, 60 FPS, HDR.
	Texto a voz y mejora de audio avanzada.
	Eliminación de ruido, mejora de voz, eliminación de fondos.
	Herramientas avanzadas de IA
ACCESO	Entregar a la institución los usuarios para gestionar la plataforma
COMPONENTE #7	
UNA (1) LICENCIA ISSUU (Plan Unlimited)	
CARACTERÍSTICAS	Cargue de documentos, páginas y archivos de gran tamaño, ilimitados
	Publica flipbooks ilimitados de forma privada

	Elimina anuncios externos
	Personaliza tu flipbook
	Añade el logotipo y los colores de tu marca
	Genera estadísticas detalladas
	Acorta los enlaces compartidos
	Sugerencia de lectura a otros
ACCESO	Entregar a la institución los usuarios para gestionar la plataforma
COMPONENTE #8 PRENSANET	
CARACTERÍSTICAS	1. Servicio de monitoreo de marca y reputación de la IUE en los medios de comunicación masivos, tradicionales, digitales y fuentes sectoriales. 2. Acceso 24/7 a plataforma web y aplicación móvil de medición con visualización de dashboard actualizado en tiempo real sobre la presencia mediática de la entidad en los medios, con exportación y métricas de frecuencia, sentimiento, impacto, alcance, tipo de medio e IPM. 3. Reporte en tiempo real de datos y variables para analizar el valor del free press, mediante métricas como: Tier del medio, lecturabilidad y alcance, sentimiento, impacto reputacional, VEP (Valor Equivalente en Publicidad) y share of voice. 4. Boletín diario de noticias automático con Informe cuantitativo del Portal Prensanet, portal web, alertas al correo electrónico y alertas al WhatsApp. La entrega incluye un paquete de 3 contactos con 100 mensajes cada uno.
SOPORTE TÉCNICO	El contratista deberá prestar soporte técnico en el horario institucional en el que brindará acompañamiento a la institución en caso de dudas y fallas.
ACCESO	Entregar a la Institución la creación mínima de dos (2) usuarios con acceso a la plataforma web y la aplicación móvil para la visualización, gestión y análisis de los datos y la medición reputacional.

Nota:

La prestación de los servicios asociados a campañas de email marketing, notificaciones institucionales por WhatsApp, capacitaciones, soporte técnico y demás actividades operativas previstas en las obligaciones contractuales se realizará hasta el veintiuno (21) de diciembre de 2026. No obstante, las licencias de software suministradas en virtud del contrato deberán mantenerse activas y disponibles durante el término de un (1) año contado a partir de su activación, de conformidad con las condiciones contractuales.

¿El producto bien o servicio involucra elementos de innovación tecnológica o técnica?

El Futuro del Email Marketing: Innovaciones y Estrategias²⁷

En el mundo digital de hoy, el email marketing se mantiene como una herramienta esencial para las empresas que buscan conectar con su audiencia de manera efectiva. Sin embargo, como con cualquier aspecto del marketing digital, el panorama del email marketing está en constante evolución.

Las innovaciones tecnológicas y los cambios en el comportamiento del consumidor están redefiniendo lo que significa ejecutar una campaña de email exitosa. Desde nuestra agencia de marketing digital, exploraremos el futuro del email marketing, destacando las innovaciones y estrategias que darán forma a su desarrollo en los próximos años.

Tendencias Emergentes en el Email Marketing

El futuro del email marketing se ve brillante, con tendencias emergentes que prometen hacer de esta herramienta una parte aún más integral de las estrategias de marketing digital.

Personalización Avanzada

La personalización ha sido un pilar del email marketing durante años, pero las técnicas y tecnologías actuales están llevando este concepto a un nuevo nivel. Ya no se trata solo de incluir el nombre del destinatario en el asunto del correo; ahora, las campañas pueden personalizarse basadas en el comportamiento en línea del usuario, sus intereses, historial de compras, y mucho más. Esto significa que los emails del futuro serán más relevantes y valiosos para cada destinatario, aumentando las tasas de apertura y conversión.

Automatización Inteligente

La automatización no es una novedad en el email marketing, pero la inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático están haciendo que las campañas automatizadas sean más inteligentes que nunca. Esto permite a las empresas crear flujos de trabajo de email que se adaptan y responden al comportamiento del usuario en tiempo real, ofreciendo un nivel de personalización y relevancia sin precedentes.

Integración Multicanal

²⁷ <https://marketing.kingscorner.es/el-futuro-del-email-marketing-innovaciones-y-estrategias/>

El email marketing no opera en el vacío. Su futuro está íntimamente ligado a la integración con otros canales de marketing digital, como las redes sociales, los mensajes SMS, y las plataformas de publicidad en línea. Esta integración multicanal permite una comunicación coherente y continua con los clientes, independientemente del canal que prefieran.

Privacidad y Seguridad

A medida que la privacidad de los datos se convierte en una preocupación creciente para los consumidores, las empresas deben adaptar sus estrategias de email marketing para cumplir con las expectativas y regulaciones de privacidad. Esto incluye ser transparentes sobre cómo se recopilan y utilizan los datos, así como garantizar la seguridad de la información del cliente.

Estrategias Innovadoras para el Email Marketing

Adaptarse a las tendencias emergentes requiere no solo reconocerlas, sino también implementar estrategias innovadoras que aprovechen estas tendencias para mejorar el rendimiento del email marketing.

Segmentación Dinámica

Una estrategia clave para el futuro del email marketing es la segmentación dinámica, que implica dividir la lista de correo en segmentos más pequeños y específicos basados en datos en tiempo real. Esto permite a las empresas enviar mensajes altamente personalizados y relevantes a grupos específicos de su audiencia, mejorando la efectividad de sus campañas.

Contenido Interactivo

El contenido interactivo, como encuestas, videos y elementos clicables, puede aumentar significativamente el compromiso de los destinatarios con los emails. Implementar este tipo de contenido no solo hace que los emails sean más atractivos, sino que también proporciona valiosos datos sobre las preferencias y comportamientos de los usuarios.

Optimización para Móviles

Con la mayoría de los usuarios accediendo a sus correos electrónicos a través de dispositivos móviles, optimizar las campañas de email para estos dispositivos es más crucial que nunca. Esto incluye el diseño responsive, la carga rápida de imágenes y la facilidad de navegación, asegurando que los emails se vean y funcionen bien en cualquier tamaño de pantalla.

Análisis y Medición Mejorados

La capacidad de medir el éxito de las campañas de email marketing está avanzando rápidamente, gracias a las herramientas de análisis mejoradas. Estas herramientas ofrecen insights más profundos sobre el comportamiento del usuario, permitiendo a las empresas ajustar sus estrategias en tiempo real para maximizar la efectividad de sus campañas.

Desafíos y Soluciones

Si bien el futuro del email marketing es prometedor, también presenta desafíos que las empresas deben superar para aprovechar al máximo esta herramienta.



Saturación del Inbox

Uno de los mayores desafíos es la saturación del inbox, donde los usuarios reciben demasiados correos electrónicos diariamente. La clave para destacar en un inbox abarrotado es la relevancia. Los emails deben ser personalizados y ofrecer valor real para el destinatario, lo que se puede lograr a través de la segmentación y la personalización avanzada.

Cambios en la Legislación

Los cambios en la legislación sobre privacidad de datos también representan un desafío para el email marketing. Las empresas deben estar al tanto de estas leyes y asegurarse de que sus prácticas de email marketing sean compatibles, lo que a menudo requiere ajustes en la forma en que se recopilan, almacenan y utilizan los datos de los clientes.

El futuro del email marketing se caracteriza por la innovación y la adaptación. Las empresas que se mantengan al tanto de las tendencias emergentes y apliquen estrategias innovadoras estarán mejor posicionadas para conectar con su audiencia de manera efectiva.

Al centrarse en la personalización, la integración multicanal, la privacidad y la seguridad, y al superar los desafíos inherentes a esta herramienta, el email marketing seguirá siendo un componente vital de las estrategias de marketing digital en los años venideros. La clave del éxito radica en la capacidad de una empresa para evolucionar con el panorama digital, manteniendo el email marketing como una herramienta relevante, efectiva y poderosa para alcanzar y comprometer a su audiencia.

¿Qué garantías tiene el producto, bien o servicio tradicionalmente en el mercado?

En la prestación del servicio, para la ley colombiana de protección al consumidor, producto es todo bien o servicio, por lo tanto los servicios también tienen garantía, y según lo establecido en el Estatuto del Consumidor, Ley 1480, artículo 7° *“En la prestación de servicios en el que el prestador tiene una obligación de medio, la garantía está dada, no por el resultado, sino por las condiciones de calidad en la prestación del servicio, según las condiciones establecidas en normas de carácter obligatorio, en las ofrecidas o en las ordinarias y habituales del mercado”*

La efectividad de la garantía no solo se suscribe a la calidad del objeto vendido o del servicio prestado, sino también al cumplimiento de los términos y condiciones pactados desde el momento mismo en que se realizó el contrato.

Dentro de estos está la oportunidad en la prestación efectiva del servicio y, además, que el mismo sea idóneo, pues la no entrega o el incumplimiento en la prestación o aún la simple dilación constituye una vulneración a los intereses legítimos de los consumidores, en la medida en que no ven colmadas sus expectativas ni satisfechas las necesidades por las que contrataron los servicios.



De acuerdo con lo previsto en el artículo 10 del Estatuto del Consumidor (Ley 1480/11), para establecer la responsabilidad por incumplimiento en las condiciones de idoneidad y calidad **bastará con demostrar el defecto del producto, sin perjuicio de las causales de exoneración de responsabilidad.**

La garantía comercial para servicios es la responsabilidad adicional y voluntaria del proveedor de cumplir con la calidad, idoneidad y condiciones pactadas, complementando la garantía legal. Esta garantía cubre defectos que impidan el uso del servicio, disminuyan su valor o lo hagan diferente a lo prometido. Para hacerla efectiva, el consumidor debe presentar una reclamación formal al proveedor y, si no hay respuesta satisfactoria, puede acudir a la autoridad competente, como la Superintendencia de Industria y Comercio.

¿Qué cubre la garantía?

Defectos de calidad: Problemas que impidan el uso del servicio, como cuando es "imposible de consumir".

Menor valor: Cuando el servicio prestado tiene un valor inferior al que se acordó o anunció.

Incumplimiento de oferta: Cuando el servicio es diferente a lo prometido en la publicidad o en la oferta inicial.

Condiciones pactadas: El cumplimiento de los términos y condiciones acordados en el contrato.

¿Qué puede solicitar el consumidor?

La **repeticón del servicio** (siempre que sea posible y el proveedor asuma los costos de los materiales e insumos).

La **devolución del dinero**, incluyendo los materiales e insumos que el consumidor haya aportado.

¿Cómo hacerla efectiva?

Reclamación formal: Realizar una reclamación por escrito (carta o correo electrónico) detallando los hechos, identificando al consumidor y proporcionando datos de contacto. La reclamación debe ser clara sobre el defecto encontrado y lo que se solicita.

Respuesta del proveedor: El proveedor debe responder a la reclamación en un plazo de 15 días hábiles, presentando al consumidor las opciones disponibles para hacer efectiva la garantía.

Reclamación ante la autoridad: Si el proveedor se niega a hacerla efectiva, el consumidor puede iniciar un trámite administrativo ante la Superintendencia de Industria y Comercio

Así las cosas, la entidad considera pertinente que **la garantía de calidad en la prestación del servicio** que se pretende contratar **no podrá ser inferior a tres (3) meses o por el plazo de ejecución del contrato en caso de ser inferior.**

 Institución Universitaria de Envigado VIGILADA MINEDUCACIÓN	ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO Y DE LOS OFERENTES POR PARTE DE LAS ENTIDADES ESTATALES PROCESOS DE SELECCIÓN	F-RF-0030
		Versión: 05
		Página 48 de 96

2. ESTUDIO DE LA DEMANDA

¿Cómo ha adquirido la IUE en el pasado este bien, obra o servicio?

A. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTÓRICO. HISTÓRICOS DE PRECIOS.

Modalidad	Mínima Cuantía
No. del contrato	MC - 20250005
Objeto	Prestación del servicio de email marketing el cual incluye la gestión y ejecución de envíos de correos electrónicos masivos para la Institución Universitaria de Envigado.
Plazo	9 meses
Valor del contrato	\$ 9.210.600

¿Qué queremos comprar?

B. MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO –MAE²⁸



El Modelo de Abastecimiento Estratégico desarrollado por la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, busca mejorar las buenas prácticas en la planeación y gestión de los procesos contractuales para que los participantes del Sistema de Compra Pública lo adopten y se destaquen por sus niveles de transparencia, eficiencia y generación de mayor valor por dinero.

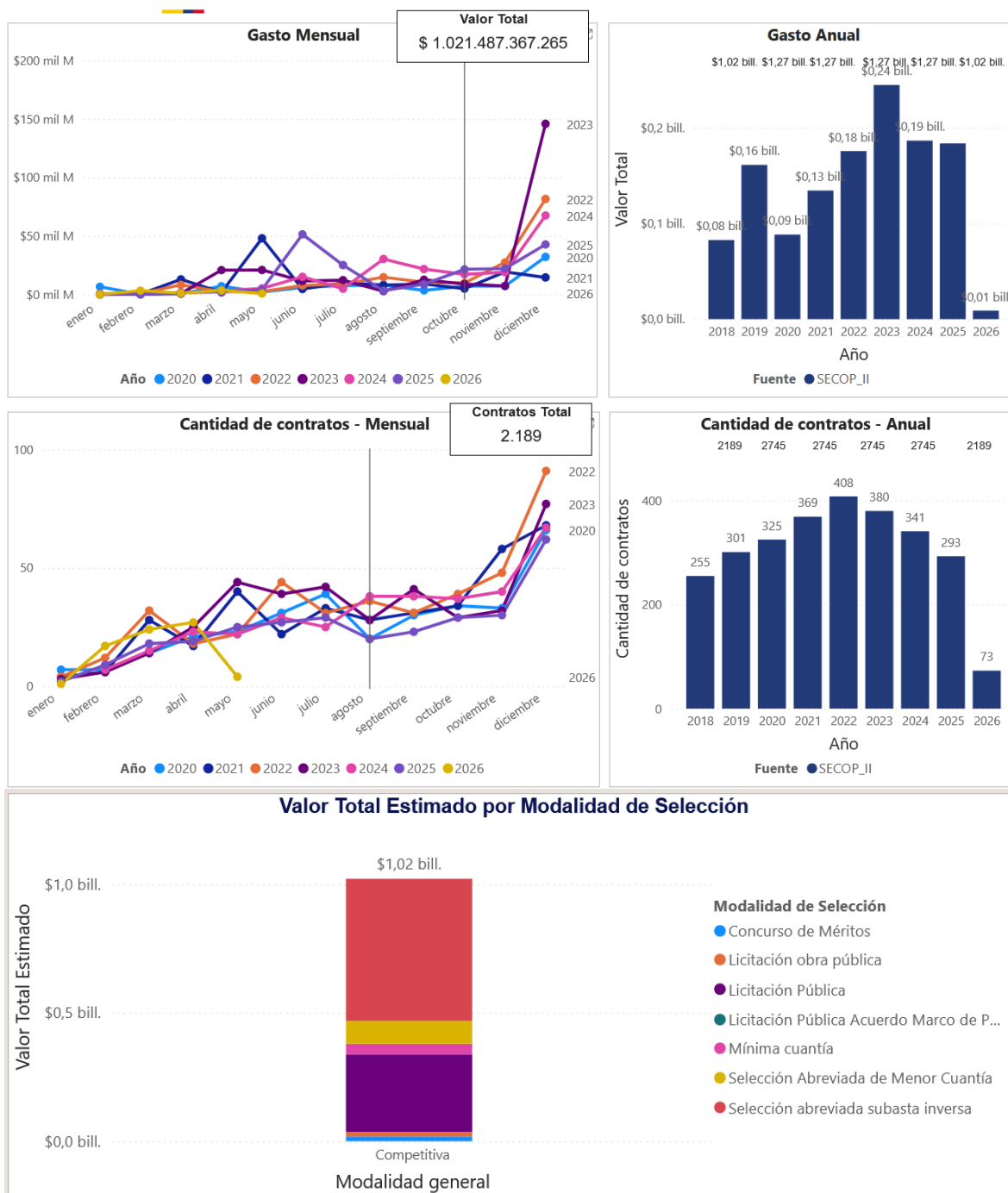


ANÁLISIS DE DEMANDA

Esta es la primera fase en cualquier proceso de compra. Desde la visión de la compra pública, el Análisis de la Demanda es el proceso de caracterización de la necesidad, es decir, ¿qué queremos comprar?, ¿quién genera la necesidad?, etc. y del análisis de gasto de la entidad, por ejemplo: el histórico de compras, análisis de gasto por categorías, etc. Su objetivo principal es entender el comportamiento de compras de la entidad, identificar las

²⁸ <https://www.colombiacompra.gov.co/colombia-compra/modelo-de-abastecimiento-estrategico>

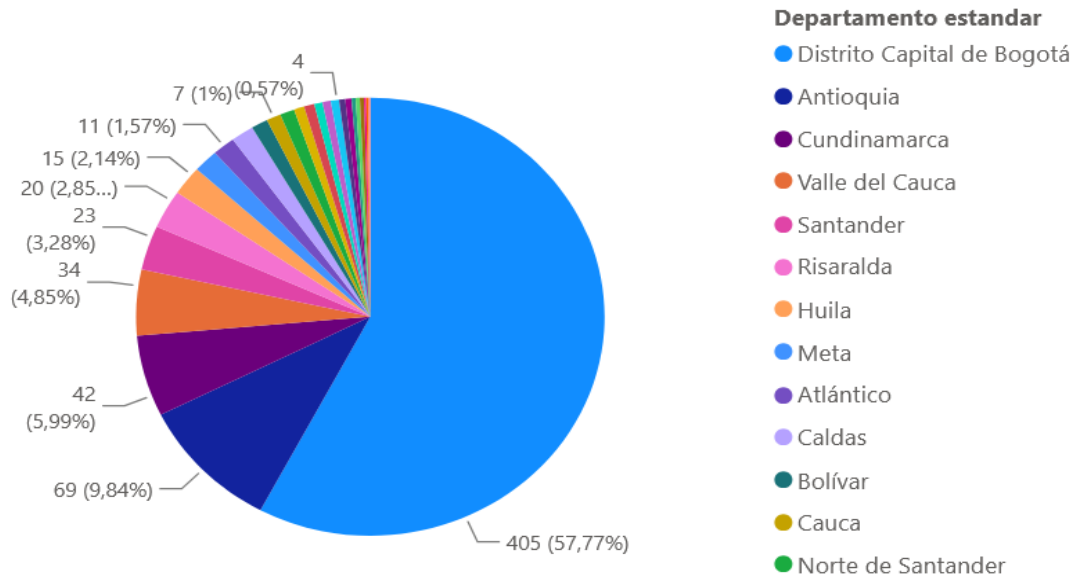
necesidades de adquisiciones futuras y reconocer oportunidades de ahorro previo bajo una visión estratégica²⁹



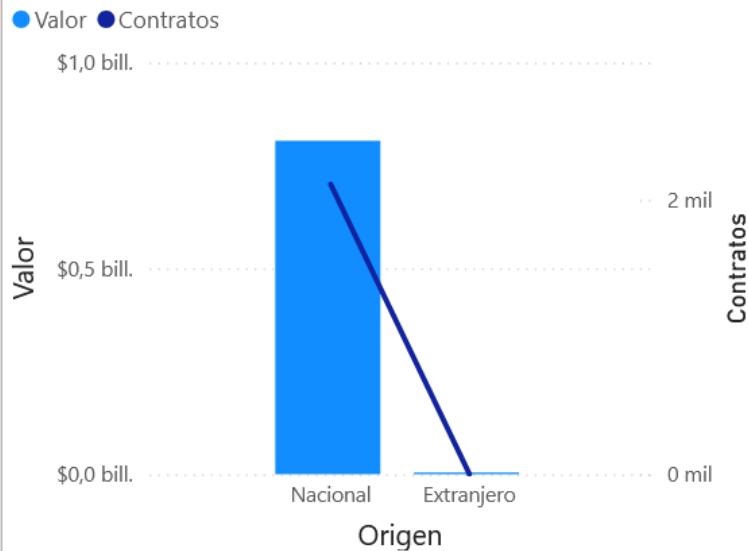
²⁹ https://www.colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/e-book_final_9-11-2022_1.pdf



Origen de Proveedores



Origen de Proveedores - Nivel Internacional



Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC

Año	2025			2026			Total		
	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
8111 - Servicios informáticos	232	\$122.907.002.406	12,03%	55	\$7.891.630.895	0,77%	1777	\$854.652.686.620	83,67%
811122 - Mantenimiento y soporte de software	232	\$122.907.002.406	12,03%	55	\$7.891.630.895	0,77%	1777	\$854.652.686.620	83,67%
4323 - Software	38	\$55.008.015.131	5,39%	10	\$678.684.810	0,07%	245	\$109.825.629.232	10,75%
432325 - Software educativo o de referencia	24	\$45.692.376.270	4,47%	4	\$137.119.980	0,01%	124	\$72.545.098.276	7,10%
432328 - Software de administración de redes	14	\$9.315.638.861	0,91%	6	\$541.564.830	0,05%	121	\$37.280.530.956	3,65%
8116 - Entrega de servicios de tecnología de información	23	\$5.622.197.808	0,55%	8	\$332.543.531	0,03%	167	\$57.009.051.413	5,58%
Total	293	\$183.537.215.345	17,97%	73	\$8.902.859.236	0,87%	2189	\$1.021.487.367.265	100,00%



3. ESTUDIO DE LA OFERTA

¿Puede nombrar algunas de las empresas del sector al cual pertenece la adquisición del bien, obra o servicio?

A. PRINCIPALES Y POTENCIALES PROVEEDORES

Los siguientes son los posibles oferentes que se encuentran en el mercado local y/o nacional:

- APEX TRADING S.A.S.
- BULL MARKETING S.A.S.
- LM ESTUDIO WEB S.A.S.
- HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.
- IMAGE QUALITY OUTSOURCING S.A.S.
- MASIV SOLUTIONS
- J&M COMUNICACIONES S.A.S.
- MERCADEO RELACIONAL S.A.S.
- MULTISPONSOR S.A.S.
- PHD COLOMBIA S.A.S.
- AD ORANGE S.A.S.
- BERNAL GROUP S.A.S.
- DOBLEFECTO S.A.S.
- ESPACIO Y MERCADEO S.A.S.
- ESTRATEC S.A.S.

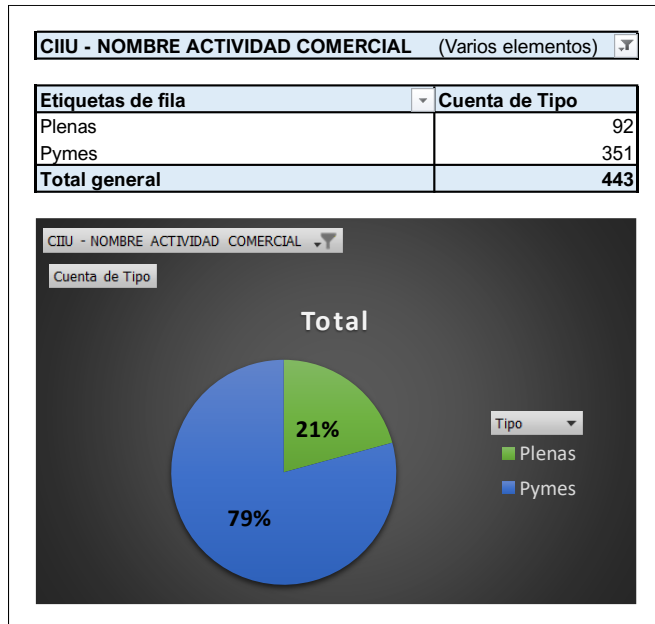
¿Alguna de estas empresas proveedoras son MiPymes?

Criterios diferenciales para MiPymes en el sistema de compras públicas de acuerdo con el artículo 2.2.1.2.4.2.18 del Decreto 1860 de 2021

Con el fin de dar aplicabilidad a los criterios diferenciales para MiPymes en el sistema de compras públicas de acuerdo con el ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.18 del Decreto 1860 de 2021 se analiza la composición de mercado en cuanto a que proporción entre pequeñas, medianas y grandes empresas pertenecen a éste.

Se consulta en la base de datos de la **Superintendencia de Sociedades – SIREM a corte 31 de diciembre de 2024 (última publicación a la fecha)**, las empresas clasificadas en la actividad comercial relacionada con el objeto contractual, correspondientes al **CIIU G4651 - Comercio al por mayor de computadores, equipo periférico y programas de informática, G4741 - Comercio al por menor de computadores, equipos periféricos, programas de informática y equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados, J6311 - Procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades**

relacionadas y M7310 - Publicidad, dentro de las cuales hay pequeñas, medianas y también grandes empresas denominadas plenas en la siguiente proporción:



CIIU - NOMBRE ACTIVIDAD COMERCIAL (Varios elementos)	
Etiquetas de fila	Cuenta de Departamento
Plenas	92
ANTIOQUIA	4
ATLANTICO	1
BOGOTA D.C.	75
CUNDINAMARCA	7
RISARALDA	2
SANTANDER	1
VALLE	2
Pymes	351
AMAZONAS	1
ANTIOQUIA	37
ARAUCA	1
ATLANTICO	16
BOGOTA D.C.	220
BOLIVAR	2
BOYACA	2
CALDAS	1
CAQUETA	1
CASANARE	2
CESAR	1
CUNDINAMARCA	28
HUILA	2
META	1
NARINO	1
NORTE DE SANTANDER	1
RISARALDA	3
SANTANDER	8
SUCRE	1
TOLIMA	1
VALLE	21
Total general	443

Adicionalmente este análisis nos permite identificar que de las **351 Pymes-Individuales, 37 se encuentran ubicadas en el departamento de Antioquia**, lo que equivale al **10,54%**

NIIF para Pymes, se clasifican generalmente en tres categorías: microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas.

NIIF Plenas, este grupo incluye a empresas grandes, entidades de interés público y empresas con estructuras financieras complejas.

¿Alguna de estas empresas proveedoras son Emprendimientos Mujeres?

Criterios diferenciales para MiPymes en el sistema de compras públicas de acuerdo con el artículo 2.2.1.2.4.2.14. del Decreto 1860 de 2021³⁰.

De acuerdo con el artículo 32 de la Ley de Emprendimiento y el artículo 2.2.1.2.4.2.15 del Decreto 1082 de 2015, adicionado por el artículo 3 del Decreto 1860 de 2021, los criterios diferenciales se aplican a los siguientes procesos de selección:

- Licitación Pública, al margen de que se implemente o no el mecanismo de conformación dinámica de la oferta previsto en el artículo 2.2.1.2.1.1.1 del Decreto 1082 de 2015.
- Selección abreviada de menor cuantía, excluidas las demás causales como la subasta inversa.
- Concurso de méritos.
- Procesos competitivos de las Entidades que no aplique en su gestión contractual el Estatuto General de la Contratación de la Administración Pública.

Encuesta de Micronegocios (EMICRON)³¹ I Trimestre de 2026

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en cumplimiento de su misión institucional de producir y difundir información oficial, como bien público, con altos estándares de calidad y rigor técnico para la toma de decisiones a nivel nacional y territorial, que contribuyan a la consolidación de un Estado con justicia social, económica y ambiental, da a conocer los resultados de la Encuesta de Micronegocios (EMICRON) realizada durante el primer trimestre de 2026.

Cantidad y variación anual de micronegocios según sexo del (de la) propietario(a)

Los resultados presentados en este boletín corresponden al primer trimestre de 2026 estimó la existencia de 2.331.115 propietarios(as) de micronegocios, de los cuales **1.440.869 eran hombres y 890.246 para mujeres**. Se exponen las variaciones de algunos indicadores económicos seleccionados para las 24 ciudades. (*Cuadro C4, anexo estadístico*)

³⁰ <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=175187>

³¹ <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios/micronegocios-historicos>



ENCUESTA DE MICRONEGOCIOS

24 ciudades¹

Cuadro 4

Cantidad de micronegocios según sexo del(de la) propietario(a)

24 ciudades

I trimestre 2019 -I trimestre 2026p

	I -2025	II -2025	III -2025	IV -2025	I -2026
24 ciudades	2.379.230	2.448.527	2.404.481	2.507.600	2.331.115
Hombre	1.482.140	1.519.930	1.503.489	1.577.937	1.440.869
Mujer	897.091	928.598	900.992	929.663	890.246

Cuadro 4

Variación anual de micronegocios según sexo del(de la) propietario(a) (porcentaje)

24 ciudades

I trimestre 2020 -I trimestre 2026p

	I -2025	II -2025	III -2025	IV -2025	I -2026
24 ciudades	8,3	4,7	2,7	4,1	- 2,0
Hombre	6,9	5,9	5,5	4,8	- 2,8
Mujer	10,7	2,7	-1,8	3,1	- 0,8

Fuente: DANE, Encuesta de Micronegocios - Emicron.

1 El dominio de 24 ciudades incluye: Medellín y A.M.; San Andrés; Barranquilla y A.M.; Bogotá D.C; Cartagena; Tunja; Manizales y A.M.; Florencia; Popayán; Valledupar; Quibdó; Montería; Neiva; Riohacha; Santa Marta; Villavicencio; Pasto; Cúcuta y A.M; Armenia; Pereira y A.M.; Bucaramanga y A.M.; Sincelejo; Ibagué; Cali y A.M.

p: preliminar.

Nota:

- Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo 2018.
- El dominio 24 ciudades no incluye los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada.
- Las variaciones se calculan con los valores absolutos.
- Debido a la suspensión del operativo de recolección en los centros poblados y rural disperso, se recalcula la serie histórica, incluyendo los resultados únicamente de las 24 ciudades.

Actualizado el 29 de mayo de 2026

Valor nominal y variación anual de los ingresos de los micronegocios según sexo del (de la) propietario(a). (Cuadro C6, anexo estadístico)



ENCUESTA DE MICRONEGOCIOS

24 ciudades¹

Cuadro 6

Valor nominal de los ingresos de los micronegocios según sexo del(de la) propietario(a) (millones de pesos)

24 ciudades

I trimestre 2019 -I trimestre 2026p

	I -2025	II -2025	III -2025	IV -2025	I -2026
24 ciudades	23.524.036	24.527.323	27.185.688	27.878.961	25.830.416
Hombre	16.683.499	17.120.926	18.816.872	20.291.318	18.590.884
Mujer	6.840.538	7.406.397	8.368.816	7.587.642	7.239.532

Cuadro 6

Variación anual del valor nominal de los ingresos de los micronegocios según sexo del(de la) propietario(a) (porcentaje)

24 ciudades

I trimestre 2020 -I trimestre 2026p

	I -2025	II -2025	III -2025	IV -2025	I -2026
24 ciudades	-7,6	-7,8	6,4	1,2	9,8
Hombre	-9,3	-8,9	4,3	3,7	11,4
Mujer	-3,2	-5,0	11,6	-4,7	5,8

Fuente: DANE, Encuesta de Micronegocios - Emicron.

1 El dominio de 24 ciudades incluye: Medellín y A.M.; San Andrés; Barranquilla y A.M.; Bogotá D.C; Cartagena; Tunja; Manizales y A.M.; Florencia; Popayán; Valledupar; Quibdó; Montería; Neiva; Riohacha; Santa Marta; Villavicencio; Pasto; Cúcuta y A.M; Armenia; Pereira y A.M.; Bucaramanga y A.M.; Sincelejo; Ibagué; Cali y A.M.

p: preliminar.

Nota:

- Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del Censo 2018.
- El dominio 24 ciudades no incluye los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada.
- Las variaciones se calculan con los valores absolutos.
- Debido a la suspensión del operativo de recolección en los centros poblados y rural disperso, se recalcula la serie histórica, incluyendo los resultados únicamente de las 24 ciudades.

Actualizado el 29 de mayo de 2026

En razón a las gráficas anteriores es viable señalar que, pese al aumento de las propietarias de micronegocios, la participación de las mujeres en la constitución de empresas no ha sido significativa, en comparación con las creadas por los hombres.

En otras palabras, los propietarios de los micronegocios en su mayoría son hombres y, por tanto, resulta fundamental establecer criterios diferenciales en favor de los emprendimientos y empresas de mujeres que fortalezca la participación de éstas en el sistema de compras públicas.

¿Alguna de estas empresas proveedoras cuentan con jóvenes egresados del sistema de protección del ICBF?

En el marco del presente análisis del sector de Contratación Estatal, no es posible determinar si alguna de las empresas proveedoras cuenta con jóvenes egresados del sistema de protección del ICBF. Esto se debe a que, actualmente en Colombia, no existe una fuente oficial, base de datos pública o mecanismo estandarizado de reporte que permita identificar o verificar esta información de manera objetiva y confiable. En consecuencia, no se dispone de insumos que permitan realizar dicha caracterización dentro del análisis.

¿Alguna de estas empresas proveedoras son emprendimientos y/o empresas de personas con discapacidad?

Dentro del presente análisis del sector de Contratación Estatal, no es viable establecer si alguna de las empresas proveedoras corresponde a emprendimientos o iniciativas empresariales lideradas por personas con discapacidad. Lo anterior se debe a que, en Colombia, no existe actualmente un sistema de información oficial ni registros públicos consolidados que permitan identificar esta característica de forma verificable. Por tal motivo, no se cuenta con elementos suficientes para incluir este criterio dentro de la caracterización del sector analizado.

¿A quién se va a comprar? (Proveedores del mercado, cadena de abastecimiento).

B. MODELO DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO –MAE– ³²



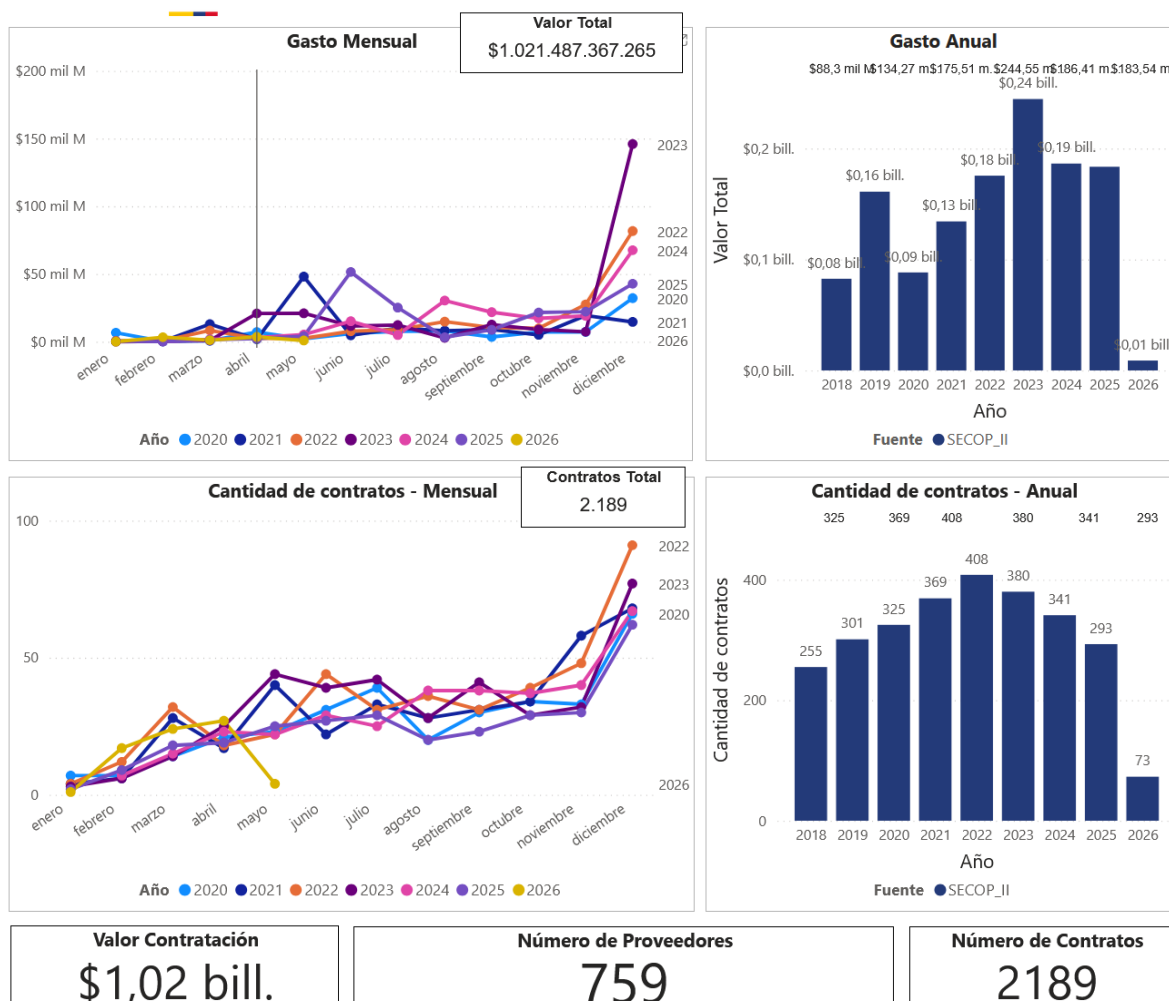
El Modelo de Abastecimiento Estratégico desarrollado por la Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente, busca mejorar las buenas prácticas en la planeación y gestión de los procesos contractuales para que los participantes del Sistema

³² <https://www.colombiacompra.gov.co/colombia-compra/modelo-de-abastecimiento-estrategico>

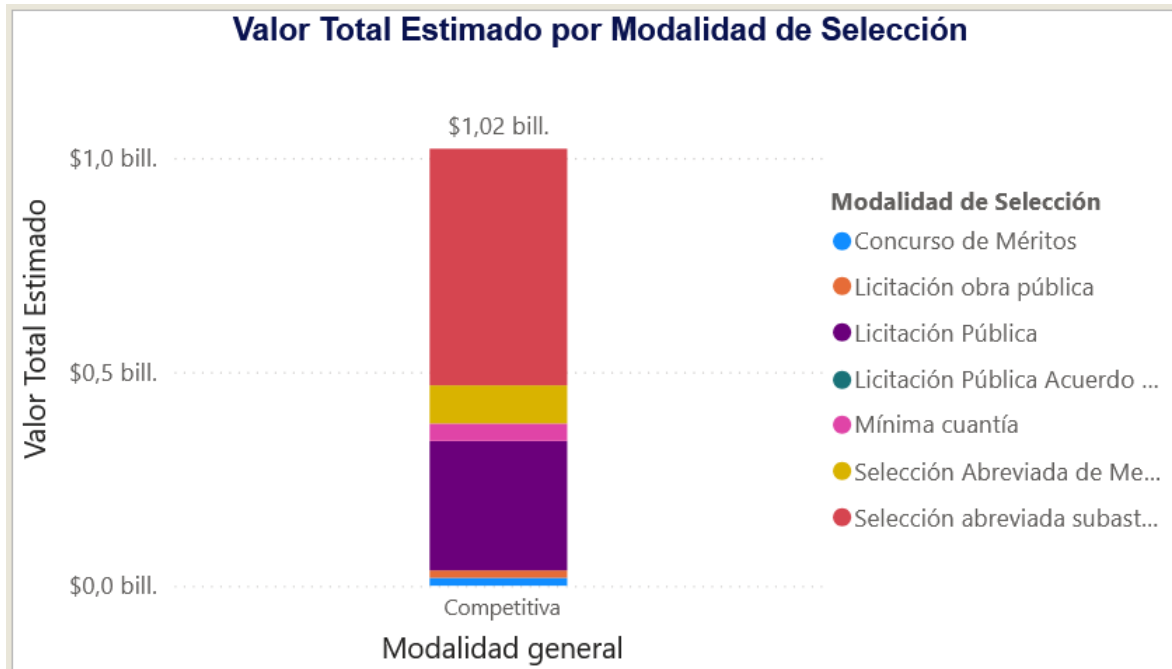
de Compra Pública lo adopten y se destaquen por sus niveles de transparencia, eficiencia y generación de mayor valor por dinero.

ANÁLISIS DE OFERTA

Este análisis permite tener un entendimiento claro sobre el mercado de la oferta y todas las variables y actores que allí se unen. En otras palabras, el Análisis de la Oferta da un entendimiento a las dinámicas que afectan los sectores, la cadena de abastecimiento, y permite identificar los proveedores que existen en el mercado³³



³³ https://www.colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/files_2020/e-book_final_9-11-2022_1.pdf



Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC									
Año	2025			2026			Total		
Clasificador de Bienes y Servicios - Familia	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación	Contratos	Valor	Participación
4323 - Software	38	\$55.008.015.131	5,39%	10	\$678.684.810	0,07%	245	\$109.825.629.232	10,75%
432325 - Software educativo o de referencia	24	\$45.692.376.270	4,47%	4	\$137.119.980	0,01%	124	\$72.545.098.276	7,10%
432328 - Software de administración de redes	14	\$9.315.638.861	0,91%	6	\$541.564.830	0,05%	121	\$37.280.530.956	3,65%
8111 - Servicios informáticos	232	\$122.907.002.406	12,03%	55	\$7.891.630.895	0,77%	1777	\$854.652.686.620	83,67%
811122 - Mantenimiento y soporte de software	232	\$122.907.002.406	12,03%	55	\$7.891.630.895	0,77%	1777	\$854.652.686.620	83,67%
8116 - Entrega de servicios de tecnología de información	23	\$5.622.197.808	0,55%	8	\$332.543.531	0,03%	167	\$57.009.051.413	5,58%
811616 - Servicios de correo electrónico y mensajería	23	\$5.622.197.808	0,55%	8	\$332.543.531	0,03%	167	\$57.009.051.413	5,58%
Total	293	\$183.537.215.345	17,97%	73	\$8.902.859.236	0,87%	2189	\$1.021.487.367.265	100,00%

C. ANÁLISIS DEL PRESUPUESTO OFICIAL

Revisión de precios por solicitud de cotizaciones para la determinación de precios techo y presupuesto oficial:

Para la obtención de los resultados del análisis del sector, se tuvieron en cuenta **dos (2) cotizaciones vigentes**, cuyas especificaciones y descripciones técnicas cumplen con los requerimientos establecidos en las condiciones técnicas del proceso.

Adicionalmente, la Institución Universitaria de Envigado, a través de la plataforma SECOP II, realizó **solicitud de información a posibles proveedores** con el objetivo de recolectar un mayor número de cotizaciones. No obstante, aunque el requerimiento fue enviado a **1495** posibles proveedores y consultado por algunos de ellos, no se obtuvo respuesta a dicha solicitud:

A partir de la información recolectada, se efectuó un promedio aritmético simple entre los valores cotizados, con el fin de determinar el precio techo o valor máximo de referencia para cada ítem del proceso contractual. Este valor constituye el límite máximo permitido para la presentación de ofertas por parte de los posibles proponentes, garantizando criterios de razonabilidad económica, transparencia y coherencia con las condiciones del mercado.

ÍTEM	DESCRIPCIÓN (Ver detalle en las condiciones técnicas dispuestas en los estudios previos)	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido (cuando aplique)	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido (cuando aplique)	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido (cuando aplique)	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
1	EMAIL MARKETING	UNIDAD	\$ 7,51	\$ 5,83	\$ 7,00	1.140.000	\$ 7.980.000,00
2	NOTIFICACIONES POR WHATSAPP	UNIDAD	\$ 69,36	\$ 100,16	\$ 85,00	173.000	\$ 14.705.000,00
3	LICENCIAS DE FREEPIK (Plan Premium+)	UNIDAD	\$ 3.600.000,00	\$ 2.369.250,00	\$ 2.984.625	2	\$ 5.969.250,00
4	LICENCIA SPREAKER (Plan Anchorman)	UNIDAD	\$ 4.800.000,00	\$ 3.402.000,00	\$ 4.101.000	1	\$ 4.101.000,00

ÍTEM	DESCRIPCIÓN (Ver detalle en las condiciones técnicas dispuestas en los estudios previos)	UNIDAD DE MEDIDA	COTIZACIÓN 1 Valor unitario IVA incluido (cuando aplique)	COTIZACIÓN 2 Valor unitario IVA incluido (cuando aplique)	PROMEDIO Valor unitario IVA incluido (cuando aplique)	CANTIDAD REQUERIDA	PRESUPUESTO REQUERIDO
5	LICENCIA METRICOOL (Plan Advanced)	UNIDAD	\$ 4.800.000,00	\$ 3.606.120,00	\$ 4.203.060	1	\$ 4.203.060,00
6	LICENCIA CAPCUT (Plan Pro)	UNIDAD	\$ 930.000,00	\$ 970.380,00	\$ 950.190	1	\$ 950.190,00
7	LICENCIA ISSUU (Plan Unlimited)	UNIDAD	\$ 12.900.000,00	\$ 12.791.520,00	\$ 12.845.760	1	\$ 12.845.760,00
8	PRENSANET	UNIDAD	\$ 34.748.000,00	\$ 28.743.983,52	\$ 31.745.992	1	\$ 31.745.992,00
PRESUPUESTO REQUERIDO							\$ 82.500.252

El presupuesto es de **OCHENTA Y DOS MILLONES QUINIENTOS MIL DOSCIENTOS CINCUENTA Y DOS PESOS M/CTE (\$82.500.252) IVA INCLUIDO (cuando aplique³⁴)**

Dentro de presupuesto la entidad determina las siguientes bolsas a monto agotable:

Para el servicio de EMAIL MARKETING la suma de **SIETE MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA MIL PESOS M/CTE (\$7.980.000) IVA INCLUIDO**.

Para el servicio de NOTIFICACIONES POR WHATSAPP la suma de **CATORCE MILLONES SETECIENTOS CINCO MIL PESOS M/CTE (\$14.705.000) IVA INCLUIDO**.

El presupuesto asignado comprende todos los costos que pueda generar el objeto a contratar. Por lo tanto, el proponente deberá considerar todos los costos en que pudiera incurrir en la preparación de su propuesta y durante la ejecución del contrato; así como todos los valores correspondientes a los impuestos, gravámenes y demás erogaciones necesarias para la celebración y ejecución del contrato, los cuales son por cuenta del adjudicatario y no darán lugar a ningún pago adicional al de los precios pactados.

³⁴ <https://estatuto.co/?e=633>

PRESENTACIÓN DE OFERTAS

La propuesta económica deberá ser diligenciada en el sistema **SECOP II – SOBRE ECONÓMICO NÚMERO 2** de acuerdo con los ítems que allí se relacionan **y se deberá presentar el formato ANEXO DE PROPUESTA ECONÓMICA** publicado por la Institución Universitaria de Envigado en formato “Libro de Excel (*.xlsx)”, en donde detallará el valor de su ofrecimiento, conforme a los ítems a que haya lugar.

Nota 1: Para el presente Proceso NO se aceptan propuestas parciales, ni alternativas

Nota 2: Si existen discrepancias entre el valor ofertado en el “Anexo de propuesta económica”, y el valor ofertado en la plataforma electrónica SECOP II, se tendrá en cuenta el valor electrónico y el formato deberá ser ajustado de acuerdo con el valor ofertado en éste.

Esto de conformidad con la **GUÍA PARA PRESENTAR OFERTAS EN EL SECOP II**³⁵

“En caso de que la entidad solicite un anexo de oferta económica, usted debe diligenciarlo teniendo en cuenta las especificaciones dadas por la misma. Tenga en cuenta que la información relacionada en el anexo y en la pregunta tipo “Lista de precios” del SECOP II debe coincidir. En caso de que exista alguna diferencia entre los documentos anexos de la oferta y el valor indicado en los formularios del SECOP II, la Entidad Estatal para la evaluación y selección debe tener en cuenta el valor indicado en la plataforma”

✦ AVISO IMPORTANTE:

- **El proponente al momento de presentar su oferta deberá tener en cuenta que los valores unitarios no podrán superar los precios techos establecidos en el anexo de propuesta económica por la Institución para cada ítem.**
- **Se recuerda a los oferentes que el formato “Anexo de propuesta económica” se debe entregar en Excel y no se debe desbloquear, modificar y/o alterar.**

D. MONEDA

La moneda oficial de presentación de las propuestas será el peso colombiano.

Si está expresado originalmente en una moneda diferente a dólares de los Estados Unidos de Norte América, debe convertirse a esta moneda utilizando para ello el valor correspondiente con el siguiente procedimiento de conversión:

³⁵ https://www.colombiacompra.gov.co/sites/cce_public/files/cce_step/cce-sec-gi-04provpcpresentaroferta07-09-2020.pdf



1. Si la moneda de origen de la información es el Dólar de los Estados Unidos de América (USD), se debe hacer la conversión a pesos colombianos (COP) teniendo en cuenta la TRM (Tasa de Cambio Representativa del Mercado) vigente en la fecha de referencia de la información original, para lo cual se utilizará la base de datos histórica que sitio web <http://www.banrep.gov.co/es/trm>, la cual cuenta con información diaria de la TRM desde el año de 1991.

2. Si la moneda de origen de la información es diferente al dólar americano (USD), inicialmente se debe hacer la conversión de la moneda de origen a dólar americano (USD) teniendo en cuenta la fecha de referencia de la información original, para lo cual se utilizará la herramienta de Conversor de Divisas histórico que ofrece el sitio web www.oanda.com, Tipo de cambio: interbancario y Tasa: promedio compra. Una vez obtenida la información expresada en dólares (USD), se deberá seguir el procedimiento descrito en el punto 1.

Una vez que se tengan las cifras en dólares de los Estados Unidos de América o si la información se presenta originalmente en dicha moneda, para la conversión a pesos colombianos se debe tener en cuenta TRM (Tasa de Cambio Representativa del Mercado) vigente en la fecha de referencia de la información original.

E. PRECIO ARTIFICIALMENTE BAJO

Una oferta es artificialmente baja cuando, a criterio de la Entidad Estatal, el precio ofertado no parece suficiente para garantizar la correcta ejecución del contrato. Esto, de acuerdo con la información recogida durante la etapa de planeación y particularmente durante el Estudio del Sector realizado en la etapa precontractual. A partir de esta definición, se expone el marco normativo del tema, cuyo origen se encuentra en la Ley 80 de 1993, que indica, como una de las manifestaciones del principio de responsabilidad, guarda una estrecha relación con la valoración económica del bien, obra o servicio que en algunos casos resulta inferior a otras ofertas sin tener un fundamento técnico aceptable, y con el fin de asegurar la adjudicación y ejecución del contrato.

Sin embargo, dichas ofertas no siempre deben ser interpretadas como artificialmente bajas. Teniendo en cuenta las disposiciones dadas por Colombia Compra Eficiente en la Guía para el manejo de ofertas artificialmente bajas en Procesos de Contratación, **cuando se reciban menos de cinco (5) ofertas** se aplicará la herramienta de la Comparación absoluta, es decir que, la Entidad Estatal debe solicitar aclaración a los proponentes cuyas ofertas sean menores en un 20%, o un mayor porcentaje, al costo total estimado por la Entidad Estatal.

2.1.1. Comparación Absoluta

En la comparación absoluta, la Entidad Estatal contrasta el valor de cada oferta con el costo estimado de la provisión del bien o servicio de acuerdo con el Estudio del Sector elaborado por la Entidad Estatal, con el fin de identificar si la oferta es significativamente inferior al valor estimado.

Se recomienda su utilización cuando desde la fase de planeación existe claridad sobre el precio o costos para la entrega de los bienes, servicios u obras que se están contratando, y cuando en el desarrollo del proceso de selección recibe menos de 5 ofertas.

Para la comparación, la entidad contrasta la variación del valor de cada oferta con el costo estimado de la provisión del bien o servicio de acuerdo con el Estudio del Sector, para lo cual podrá utilizar la siguiente fórmula:

$$Vo = \frac{P - O}{P} \times 100\%$$

Donde

Vo es la variación de la oferta del proveedor con respecto al precio estimado por la Entidad Estatal

P es el precio estimado por la entidad estatal

O es el precio ofrecido por el proponente

La Entidad Estatal debe solicitar aclaración a los proponentes cuyas ofertas sean menores en un 20%, o un mayor porcentaje, al costo total estimado por la Entidad Estatal¹³.

Cuando se reciban cinco (5) o más ofertas se aplicará la herramienta de la Comparación Relativa, es decir que, la Entidad utilizará la siguiente metodología para establecer un valor mínimo aceptable:



2.1.2. Comparación Relativa

En la comparación relativa, la Entidad Estatal contrasta la información que obtiene a partir del universo de ofertas que presentan los proponentes en el proceso de selección, y se sugiere utilizarla cuando la Entidad recibe cinco (5) o más ofertas.

Con el fin de identificar ofertas que puedan ser consideradas como artificialmente bajas, la Entidad utilizará la siguiente metodología para establecer un valor mínimo aceptable:

- Primero deberá tomar el conjunto de ofertas a evaluar.
- Posteriormente calculará la mediana, dependiendo de la dispersión de los datos el promedio del valor de cada oferta o, de cada ítem dentro de la oferta.
- Luego, calculará la *desviación estándar* del conjunto.
- Y finalmente determinará el valor mínimo aceptable para la Entidad Estatal de acuerdo con la metodología explicada a continuación.

Para **calcular la mediana**, la Entidad Estatal debe ordenar los valores de mayor a menor y tomar el valor de la oferta en la mitad de la lista. Si el número de ofertas es par, debe tomar los dos (2) valores de la mitad, sumarlos y dividirlo en dos (2).

Nota: La medida de tendencia central señalada también podrá ser calculada utilizando la función <<Mediana>> en Excel.

El **cálculo de la desviación estándar** del conjunto corresponderá al resultado de aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Desviación estándar: } \sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\text{Valor de la oferta}_i - \text{Promedio de los valores de las ofertas})^2}{n}}$$

Donde n es el número de ofertas.

Nota: La desviación estándar también podrá ser calculada utilizando la función <<Desvest.p>> en Excel.

Finalmente, el cálculo del **valor mínimo aceptable** corresponderá al resultado de aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Valor Mínimo Aceptable} = \text{Mediana} - \text{Desviación Estándar}$$

Conforme a lo anterior, la Entidad Estatal puede identificar como posibles ofertas artificialmente bajas, a todas las ofertas que cuenten con valores por debajo del valor mínimo aceptable. Por lo que, en la resolución de adjudicación del Proceso de Contratación, debe incorporar una explicación detallada y completa de la metodología que utilizó para identificar posibles ofertas artificialmente bajas. Sin embargo, en los eventos que el proceso de selección del contratista no contemple dicha resolución, como es el caso de los procesos de mínima cuantía, la Entidad Estatal realizará esa explicación antes de aceptar la oferta más favorable.



En consecuencia, de ser necesario, la entidad solicitará al proponente justificar por escrito y en detalle el valor de su oferta, la explicación del proponente debe ser integra, de tal manera que permita el análisis completo de la oferta y su sostenibilidad durante la vigencia del contrato.

La sustentación de la propuesta deberá contener además la siguiente desagregación de su precio:

$$\textit{Oferta} = \textit{Costo del bien, servicio u obra (insumos, equipos, personal)} \\ + \textit{gastos generales} + \textit{imprevistos} + \textit{utilida}$$

El término para aportar la respectiva sustentación de este precio será dentro del plazo establecido en el cronograma del proceso para subsanar. Sustentación que deberá ser enviada a través de mensaje mediante la plataforma SECOP II.

4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA DEL SECTOR

A. REVISIÓN DE BASES DE DATOS ESPECIALIZADAS

I. INDICADORES FINANCIEROS

Para el tratamiento y determinación de los indicadores financieros se toman como base los resultados transmitidos en la base de datos SIREM filtrados por su respectivo código CIIU, teniendo en cuenta lo anterior se procede a realizar la segmentación de datos estadísticos bajo las herramientas de tallo de hoja y ratios cuartil, permitiendo mitigar las desviaciones de los resultados y obtener los rangos necesarios para determinar los indicadores para el proceso.

De la base de datos **de la Superintendencia de Sociedades – SIREM** – con el consolidado de estados financieros a **31 de diciembre de 2024** (*última publicación a la fecha*), se obtiene el siguiente análisis de indicadores financieros que permite establecer indicadores acertados y seguros para que el contratista asegure el cumplimiento de sus obligaciones financieras y que son acordes al comportamiento del mercado.

Se toma una muestra aleatoria de **431** empresas clasificadas con la actividad comercial relacionada con el objeto contractual **CIIU G4651 - Comercio al por mayor de computadores, equipo periférico y programas de informática, G4741 - Comercio al por menor de computadores, equipos periféricos, programas de informática y equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados, J6311 - Procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades relacionadas y M7310 – Publicidad**, para realizar un promedio aritmético entre sus indicadores.

MUESTRA	TIPO		PORCENTAJE
431	PYMES	341	79,12%
	PLENAS	90	20,88%

NIIF para Pymes, se clasifican generalmente en tres categorías: microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas.

NIIF Plenas, este grupo incluye a empresas grandes, entidades de interés público y empresas con estructuras financieras complejas

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	1	PUBLICA S.A.S.	3,12	0,49	3,51	0,14	0,27
Pymes	2	ASESORIAS, SERVICIOS Y NEGOCIOS S.A.S.	1,77	0,13	- 10,77	- 0,12	- 0,14
Pymes	3	WM WIRELESS & MOBILE S.A.S.	4,26	0,19	1,69	0,03	0,04

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	4	COMERCIALIZADORA SERLE.COM S.A.S.	7,06	0,48	INDETERMINADO	0,10	0,19
Pymes	5	MULTISOFTWARE TRANSACCIONAL S.A.S.	1,52	0,74	3,33	0,09	0,33
Pymes	6	ACCESAR S.A.S.	1,10	0,58	14,63	0,12	0,28
Pymes	7	EIKON DIGITAL S.A.S.	1,09	0,83	1,35	0,10	0,57
Pymes	8	NEWNET S.A.	5,54	0,68	0,15	0,01	0,02
Pymes	9	XOREX DE COLOMBIA S.A.S.	1,67	0,64	1,60	0,12	0,33
Pymes	10	INFOTRACK S.A.S.	1,58	0,69	2,39	0,14	0,45
Pymes	11	ANDIVISION S.A.S.	3,16	0,29	4,29	0,16	0,22
Pymes	12	RIO TECHNOLOGY S.A.S. EN REORGANIZACION	2,49	0,62	INDETERMINADO	0,00	0,01
Pymes	13	DATUM INGENIERIA S.A.S.	1,71	0,47	2,73	0,14	0,26
Pymes	14	SERVIS OUTSOURCING INFORMATICO S.A.S.	3,83	0,19	6,90	0,11	0,14
Pymes	15	PROCIBERNETICA S.A.	1,61	0,55	INDETERMINADO	- 0,04	- 0,09
Pymes	16	JAIME TORRES C Y CIA S.A.	3,23	0,22	2,60	0,07	0,09
Pymes	17	GRUPO ASESORIA EN SISTEMATIZACION DE DATOS S.A.S.	1,95	0,39	1,97	0,07	0,11
Pymes	18	PEREZ Y VILLA S.A.S.	1,04	0,80	4,30	0,07	0,38
Pymes	19	EVOLUCION EN COMPUTO S.A.	1,93	0,50	1,97	0,07	0,14
Pymes	20	ENMEDIO COMUNICACION DIGITAL S.A.S.	0,87	0,79	0,80	0,08	0,38
Pymes	21	DOMOTES S.A.S.	1,59	0,58	7,64	0,16	0,38
Pymes	22	NOVOTECHNO DE COLOMBIA S.A.S. BIC	2,39	0,36	6,31	0,04	0,06
Pymes	23	ICO MEDIOS S.A.S.	1,05	0,86	1,32	0,11	0,76
Pymes	24	SIN FILTRO S.A.S. BIC	3,59	0,35	INDETERMINADO	0,10	0,16
Pymes	25	VML COLOMBIA S.A.S.	1,07	0,56	70,85	0,09	0,21
Pymes	26	DIGITAL PLATFORMS COLOMBIA S.A.S.	2,31	0,29	0,37	0,00	0,00
Pymes	27	ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO S.A.S.	2,51	0,38	10,54	0,20	0,32
Pymes	28	RM SISTEMAS S.A.S.	1,71	0,38	- 6,64	- 0,07	- 0,12
Pymes	29	LINEADATASCAN S.A.	1,96	0,51	INDETERMINADO	0,10	0,21
Pymes	30	SERVIMEDIOS S.A.S.	4,90	0,15	INDETERMINADO	0,18	0,21
Pymes	31	SUCOMPUTO S.A.S.	1,62	0,50	8,24	0,20	0,40
Pymes	32	LOGROS PUBLICITARIOS S.A.S.	0,80	0,99	- 1,08	- 0,08	- 10,58
Pymes	33	TECNOLOGIA INFORMATICA TECINF S.A.S.	1,22	0,70	7,11	0,09	0,29
Pymes	34	TEXPOIDEAS S.A.S.	1,72	0,50	22,71	0,46	0,92
Pymes	35	VIDEOELEC S.A.	4,50	0,42	INDETERMINADO	0,01	0,02

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	36	COMPAÑIA DE INGENIEROS DE SISTEMAS ASOCIADOS COINSA S.A.S.	2,18	0,55	INDETERMINADO	0,17	0,38
Pymes	37	VISION Y MARKETING S.A.S.	1,15	0,82	1,61	0,14	0,78
Pymes	38	PUBLICIDAD Y ALGO MAS	0,62	0,46	INDETERMINADO	0,02	0,03
Pymes	39	IZC MAYORISTA S.A.S.	2,05	0,70	4,18	0,09	0,30
Pymes	40	QAP INGENIERIA S.A.S.	1,88	0,52	INDETERMINADO	0,04	0,08
Pymes	41	MOUSE STAR S.A.S.	2,32	0,38	INDETERMINADO	0,03	0,05
Pymes	42	JH HOYOS Y ASOCIADOS S.A.S.	1,53	0,60	INDETERMINADO	0,03	0,09
Pymes	43	ASESORIAS INDUSTRIALES SANTAFE S.A.S.	2,02	0,37	INDETERMINADO	0,03	0,05
Pymes	44	INFORMESE S.A.S.	1,59	0,46	2,18	0,03	0,06
Pymes	45	CIBER COM SOLUCIONES DE INFORMATICA S.A.S.	2,74	0,34	16,17	0,15	0,23
Pymes	46	LINALCA INFORMATICA S.A.S. BIC	1,78	0,51	5,56	0,12	0,25
Pymes	47	MES DE OCCIDENTE S.A.S.	0,86	0,88	1,74	0,12	1,00
Pymes	48	SISTETRONICS S.A.S.	2,62	0,48	8,56	0,07	0,13
Pymes	49	AMERICAN SMART SYSTEMS & NETWORKS LTDA.	1,79	0,34	8,39	0,09	0,14
Pymes	50	INFORPETROL S.A.	2,61	0,32	9,55	0,23	0,34
Pymes	51	EXSIS DIGITAL S.A.S.	1,55	0,65	INDETERMINADO	0,21	0,60
Pymes	52	COMPUTADORES DE LA COSTA S.A.S.	1,73	0,24	4,27	0,07	0,10
Pymes	53	INMOV S.A.S.	1,80	0,58	2,59	0,09	0,22
Pymes	54	REDES Y SISTEMAS INTEGRADOS S.A.S.	1,18	0,95	0,30	0,05	0,87
Pymes	55	DAVILA P&M S.A.S.	4,49	0,31	INDETERMINADO	0,10	0,15
Pymes	56	BTG SUMINISTROS E INGENIERIA S.A.	7,37	0,01	- 14,83	- 0,03	- 0,03
Pymes	57	SIGNO 21 S.A.S.	3,29	0,30	- 4,81	- 0,55	- 0,79
Pymes	58	COMUNICACIONES MOVILES CONMOVIL S.A.	1,42	0,69	5,53	0,12	0,39
Pymes	59	HARDWARE ASESORIAS SOFTWARE LTDA.	9,33	0,65	6,44	0,11	0,30
Pymes	60	COMTEC SOLUTIONS S.A.S.	3,42	0,29	INDETERMINADO	0,12	0,17
Pymes	61	METROVIA S.A.S.	0,85	0,62	INDETERMINADO	0,07	0,17
Pymes	62	INGECOM S.A.S.	3,94	0,29	1,45	0,03	0,04
Pymes	63	MEGACAD INGENIERIA Y SISTEMAS S.A.S.	1,58	0,43	INDETERMINADO	0,25	0,44
Pymes	64	INFOTECH DE COLOMBIA S.A.S.	1,44	0,76	5,92	0,11	0,45
Pymes	65	CENTRONET S.A.S.	1,18	0,75	1,34	0,18	0,70
Pymes	66	SOCIEDAD INNOVACIONES GRAFICAS S.A.S.	2,12	0,62	4,20	0,28	0,73
Pymes	67	STP NETWOKRS S.A.S.	1,14	0,76	2,91	0,23	0,95
Pymes	68	COMPULAGO S.A.S.	1,81	0,48	12,04	0,13	0,25

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	69	ARIADNA S.A.S.	2,36	0,43	4,70	0,17	0,30
Pymes	70	C&S TECNOLOGIA S.A.S. BIC	2,66	0,48	11,45	0,12	0,24
Pymes	71	INGENIERIA ASISTIDA POR COMPUTADOR S.A.S.	4,07	0,24	2,71	0,12	0,16
Pymes	72	PORTATIL S.A.S.	1,71	0,59	1,18	0,08	0,19
Pymes	73	S.I.M CONSULTORES S.A.S.	5,68	0,16	INDETERMINADO	- 0,04	- 0,04
Pymes	74	E-GLOBAL S.A.	2,05	0,45	8,92	0,23	0,42
Pymes	75	FEELING COMPANY S.A.S.	1,89	0,63	INDETERMINADO	0,06	0,15
Pymes	76	CDM EQUIPOS S.A.	2,22	0,44	2,43	0,04	0,08
Pymes	77	DIPARCO S.A.S.	0,89	0,67	1,22	0,10	0,30
Pymes	78	MORALESKOM S.A.S. EN PROCESO DE REORGANIZACION DE EMERGENCIA	2,06	1,07	- 15,18	- 0,16	2,44
Pymes	79	BIG DEMIN S.A.S.	2,56	0,38	9,02	0,25	0,40
Pymes	80	MICRONET S.A.S.	3,09	0,44	4,48	0,12	0,21
Pymes	81	DISTRICOM DE COLOMBIA S.A.S.	5,74	0,49	2,88	0,16	0,31
Pymes	82	NE&TEL.COM S.A.S.	4,00	0,37	- 0,45	- 0,01	- 0,01
Pymes	83	JESMAR HURTADIO Y COMPAÑIA S EN C	10,69	0,50	INDETERMINADO	0,11	0,23
Pymes	84	MBA S.A.S.	2,18	0,44	0,09	0,00	0,00
Pymes	85	KOALA ANDINA LTDA.	1,77	0,51	3,87	0,06	0,12
Pymes	86	MAKRO OFFICE LTDA.	1,28	0,74	5,80	0,07	0,26
Pymes	87	SILVA PUBLICIDAD S.A.S.	0,56	0,84	INDETERMINADO	- 0,16	- 1,00
Pymes	88	DISCOVERY ENTERPRISE BUSINESS S.A.S.	1,76	0,73	INDETERMINADO	0,07	0,25
Pymes	89	REDCOMPUTO LTDA.	2,70	0,60	4,60	0,10	0,25
Pymes	90	PHARMA MARKET LTDA.	2,39	0,42	11,26	0,24	0,41
Pymes	91	SINCOSOFT S.A.S.	3,11	0,25	11,10	0,25	0,33
Pymes	92	I 3NET S.A.S. - EN REORGANIZACION	0,72	1,34	INDETERMINADO	- 0,35	1,03
Pymes	93	STRAZA S.A.S.	2,52	0,62	1,11	0,06	0,16
Pymes	94	ITALDEC S.A.S.	1,38	0,72	INDETERMINADO	0,02	0,08
Pymes	95	PEOPLE MARKETING S.A.S.	3,24	0,67	1,83	0,17	0,50
Pymes	96	OCEAN SUPPLY DEPOT LDA	12,57	0,08	25,09	0,16	0,17
Pymes	97	MSL DISTRIBUCIONES Y CIA S.A.S.	1,73	0,58	8,34	0,15	0,37
Pymes	98	INVERSER LTDA. INVERSIONES Y SERVICIOS EN REORGANIZACION	3,56	0,69	INDETERMINADO	- 0,03	- 0,09
Pymes	99	CASTOR DATA S.A.S.	1,45	0,64	INDETERMINADO	0,02	0,06
Pymes	100	I2 SISTEMAS Y SEGURIDAD INFORMATICA LTDA.	1,92	0,51	5,67	0,17	0,36

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	101	SALES AND SERVICES TECHNOLOGY SYSTEMS S.A.S.	2,86	0,29	INDETERMINADO	0,08	0,11
Pymes	102	NUEVA ERA SOLUCIONES S.A.S.	2,95	0,48	11,71	0,35	0,68
Pymes	103	SOFTWARE Y CALIDAD HUMANA SOFT TEAM S.A.S.	1,40	0,46	22,07	0,16	0,29
Pymes	104	W&C INTERANTIONAL S.A.S.	1,17	0,73	INDETERMINADO	0,02	0,08
Pymes	105	XSYSTEM LTDA.	1,54	0,60	INDETERMINADO	0,01	0,03
Pymes	106	SOFTWEB ASESORES S.A.S.	2,00	0,57	INDETERMINADO	0,17	0,39
Pymes	107	ZELVA ECOSISTEMA CREATIVO S.A.S.	1,17	0,77	4,66	0,02	0,09
Pymes	108	TSP TECHNOLOGY SOLUTIONS PROVIDER LTDA.	3,28	0,25	2,35	0,09	0,12
Pymes	109	COMPUTEL SYSTEM S.A.S.	1,35	0,60	2,42	0,04	0,10
Pymes	110	PC MAC SERVICIOS Y VENTAS S.A.	2,17	0,43	9,52	0,10	0,17
Pymes	111	TELEPLUS S.A.S.	4,96	0,83	4,32	0,01	0,03
Pymes	112	ESPACIOY MERCADEO S.A.S.	2,02	0,70	2,33	0,20	0,66
Pymes	113	EDICIONES MEDICAS LATINOAMERICANAS S.A.S.	2,48	0,40	10,68	0,20	0,34
Pymes	114	OPTIMA TM S.A.S.	1,61	0,54	INDETERMINADO	- 0,19	- 0,41
Pymes	115	MAC TOOLS S.A.S.	1,70	0,56	33,46	0,05	0,12
Pymes	116	DISEÑO MDC S.A.S.	1,99	0,39	2,08	0,05	0,08
Pymes	117	HIBERUS TECNOLOGIA COLOMBIA S.A.S. EN REORGANIZACIÓN	1,69	0,34	INDETERMINADO	0,18	0,27
Pymes	118	KEY MARKET S.A.S. EN REORGANIZACION	1,92	0,64	2,50	0,02	0,06
Pymes	119	TINCORP COLOMBIA S.A.S.	1,20	0,80	1,49	0,04	0,20
Pymes	120	CENTURY MEDIA S.A.S.	3,15	0,50	INDETERMINADO	0,00	0,01
Pymes	121	E MARKETTOOLS S.A.S.	1,92	0,71	INDETERMINADO	0,28	0,96
Pymes	122	A R C SOFTWARE S.A.S.	1,47	0,84	INDETERMINADO	0,02	0,10
Pymes	123	INTERA MARKETING LTDA.	1,34	0,43	INDETERMINADO	0,28	0,50
Pymes	124	FUTURA COMPUTADORES Y SISTEMAS S.A.S.	2,01	0,90	- 0,76	- 0,02	- 0,17
Pymes	125	CYAN VISIBILIDAD DE MARCAS S.A.S.	1,11	0,75	INDETERMINADO	0,14	0,55
Pymes	126	APICOM S.A.S.	1,74	0,55	8,43	0,20	0,44
Pymes	127	CONSTRUCTORA DE MARCAS S.A.S.	1,72	0,72	INDETERMINADO	0,44	1,60
Pymes	128	RGS EXPANSION GROUP BTL COLOMBIA S.A.S.	3,83	0,25	- 0,13	- 0,00	- 0,01
Pymes	129	INTERNET SOLUTIONS S.A.S.	3,62	0,24	13,19	0,52	0,68
Pymes	130	DISTRIBUIDORA METROCERAMICAS S.A.S.	2,26	0,44	1,99	0,09	0,16
Pymes	131	AD ORANGE S.A.S.	0,68	0,86	INDETERMINADO	0,06	0,41
Pymes	132	BEE GROUP S.A.S.	1,71	1,02	9,39	0,51	- 28,30

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	133	SM DIGITAL	2,06	0,45	INDETERMINADO	0,19	0,34
Pymes	134	MARKETING SERVICES DE COLOMBIA S.A.S.	2,55	0,31	- 13,92	- 0,24	- 0,34
Pymes	135	MASS DIGITAL S.A.S.	2,11	0,46	9,20	0,11	0,21
Pymes	136	IDEANDINA S.A.S.	0,70	0,16	1,64	0,03	0,04
Pymes	137	PANAMPROJECT S.A.S.	1,78	0,60	INDETERMINADO	0,02	0,06
Pymes	138	DISERTRAN S.A.	1,77	0,19	0,86	0,01	0,01
Pymes	139	TECHNOLOGY & SOLUTIONS S.A.S.	3,66	0,79	INDETERMINADO	- 0,01	- 0,06
Pymes	140	CEL UNION S.A.S.	7,93	0,05	INDETERMINADO	0,01	0,01
Pymes	141	EVOLUTION PLASTIC S.A.S.	1,36	0,48	2,48	0,17	0,32
Pymes	142	MERCADEO EFECTIVO S.A.S.	2,37	0,52	1,35	0,22	0,46
Pymes	143	JAAM S.A.	1,33	0,32	1,09	0,04	0,05
Pymes	144	QTECH S.A.S.	16,15	0,19	3,65	0,11	0,13
Pymes	145	DIGICOM SYSTEM CORPORATION S.A.	4,08	0,45	2,54	0,09	0,16
Pymes	146	E TRAINING S.A.S. EN REORGANIZACION	2,63	0,60	67,59	0,19	0,47
Pymes	147	NEMESIS ASOCIADOS S.A.	2,62	0,24	INDETERMINADO	0,07	0,09
Pymes	148	ON BRAND EXPERIENCE S.A.S.	5,43	1,19	INDETERMINADO	- 0,24	1,30
Pymes	149	SOLUCIONES TECNOLOGIA Y SERVICIOS S.A.S.	1,43	0,67	10,17	0,12	0,37
Pymes	150	NSDIS ANIMATION SOFTWARE S.A.	1,18	1,11	0,57	0,16	- 1,40
Pymes	151	BRM S.A.S.	2,03	0,46	5,64	0,08	0,14
Pymes	152	INGENIERIA MARCH S.A.S.	1,16	0,09	INDETERMINADO	- 0,01	- 0,01
Pymes	153	COMUNICACION MOVIL S.A.	0,40	0,91	INDETERMINADO	0,04	0,42
Pymes	154	CREDITOS PARRA Y CIA S.A.	1,85	0,46	INDETERMINADO	0,06	0,10
Pymes	155	KIMOSAVI INTERNACIONAL S.A.S.	4,83	0,24	INDETERMINADO	0,05	0,07
Pymes	156	PROCALCULO PROSIS S.A.S.	1,75	0,86	18,94	0,05	0,33
Pymes	157	SOCIEDAD DIGUELI LTDA. EN ACUERDO DE REESTRUCTURACION	0,66	0,29	3,97	0,06	0,09
Pymes	158	PLM COLOMBIA S.A.S.	1,76	0,33	3,07	0,05	0,07
Pymes	159	IDEAMOS PUBLICIDAD LTD	2,69	0,34	8,04	0,09	0,13
Pymes	160	MAICROTEL S.A.S.	1,84	0,48	INDETERMINADO	0,09	0,17
Pymes	161	LEXCO S.A.	1,81	0,28	4,71	0,10	0,14
Pymes	162	CIBERGENIUS S.A.S. CIBERGENIUS S.A.S. CIBER	1,16	0,76	1,37	0,07	0,31
Pymes	163	COMUNISANDER S.A.S.	1,16	0,80	3,54	0,05	0,24
Pymes	164	ASC SISTEMAS & CIA S.A.S.	2,85	0,32	1,47	0,08	0,12
Pymes	165	GAMMA INGENIEROS S.A.S.	2,22	0,47	4,81	0,18	0,33

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	166	PUBLIK TECNOLOGIAS INFORMACION COMUNICACIONES Y MEDIO AMBIENTE S.A.S.	6,93	0,82	- 1,48	- 0,03	- 0,19
Pymes	167	MARKETING TOOLS AGENCY S.A.S.	1,63	0,56	INDETERMINADO	0,01	0,03
Pymes	168	MARKETING VALLAS S.A.S.	3,61	0,11	INDETERMINADO	0,02	0,03
Pymes	169	EVO FORMA IMAGEN CORPORATIVA S.A.S.	1,73	0,42	INDETERMINADO	0,13	0,22
Pymes	170	MICROHOME S.A.S.	1,25	0,67	1,76	0,04	0,13
Pymes	171	DISCOMPUCOL S.A.S.	6,65	0,26	18,11	0,11	0,15
Pymes	172	DASA HIGH TECHNOLOGY S.A.S.	1,18	0,70	3,39	0,07	0,22
Pymes	173	HOSTDIME.COM.CO S.A.S.	1,68	0,74	1,75	0,19	0,74
Pymes	174	SERBAN COLOMBIA S.A.S.	1,35	0,62	0,84	0,03	0,08
Pymes	175	COMPUORIENTE IMPORT AND EXPORT LTDA.	1,48	0,61	1,67	0,13	0,33
Pymes	176	LAMUVI FILMS S.A.S.	1,56	0,43	0,88	0,07	0,11
Pymes	177	OPEN MIND LTDA.	2,17	0,52	4,39	0,20	0,42
Pymes	178	SISTEMAS COMERCIALES SYSCOM S.A.	1,84	0,33	INDETERMINADO	0,14	0,20
Pymes	179	INGENICO COLOMBIA LTDA.	2,47	0,37	22,46	0,03	0,05
Pymes	180	SANNIC TECHNOLOGY S.A.S.	2,22	1,63	INDETERMINADO	- 0,05	0,08
Pymes	181	MARCAS VITALES BMV S.A.S.	1,84	0,54	2,67	0,11	0,23
Pymes	182	VC MEDIOS COLOMBIA S.A.S.	1,00	0,69	2,03	0,09	0,30
Pymes	183	SOFTWARE AUTOMATION AND TECHNOLOGY LTDA.	3,15	0,33	6,56	0,08	0,12
Pymes	184	AUREA DISEÑO ARQUITECTURA S.A.S.	6,09	0,15	4,08	0,13	0,16
Pymes	185	CCD COMPAÑIA DE CIBERSEGURIDAD Y DEFENSA S.A.S.	2,51	0,39	36,61	0,22	0,36
Pymes	186	LA CASA DE LA UPS S.A.S.	3,24	0,51	INDETERMINADO	0,07	0,14
Pymes	187	TECHNOLOGY STORE 2006 S.A.S.	2,58	0,67	INDETERMINADO	0,10	0,31
Pymes	188	TERASYS S.A.S.	1,99	0,40	7,36	0,26	0,44
Pymes	189	SQADRA TEAM S.A.S.	1,91	0,46	2,56	0,26	0,49
Pymes	190	BOMBAI S.A.S.	2,45	0,32	INDETERMINADO	0,31	0,45
Pymes	191	E GLOBAL TECHNOLOGY S.A.S.	1,69	0,70	4,47	0,33	1,12
Pymes	192	CLICK OFFICE S.A.S.	4,87	0,30	5,02	0,17	0,25
Pymes	193	AYZ PUBLICIDAD S.A.S.	3,36	0,15	25,75	0,22	0,26
Pymes	194	CREAR PUBLICIDAD EXTERIOR S.A.S.	3,33	0,50	15,47	0,18	0,36
Pymes	195	PROYECTOS TECNOLOGICOS INTEGRALES LTDA.	2,19	0,54	INDETERMINADO	0,09	0,19
Pymes	196	GRUPO NACIONAL DE MEDIOS S.A.	0,80	1,21	- 16,62	- 0,30	1,42
Pymes	197	ESPACIOS ALTERNOS S.A.S.	3,64	0,22	INDETERMINADO	0,15	0,19
Pymes	198	CLEVERCEL S.A.S.	0,99	0,80	0,10	0,02	0,08

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	199	VENTA EQUIPOS S.A.S.	6,95	0,27	2,05	0,03	0,04
Pymes	200	IKONO TECH S.A. EN REORGANIZACION	1,01	1,88	0,01	0,01	- 0,01
Pymes	201	PCN PUBLICIDAD LTDA.	3,31	0,24	7,65	0,12	0,15
Pymes	202	COLOMBIAHOSTING S.A.S.	1,10	0,79	19,44	1,00	4,81
Pymes	203	ESTRUCTURA ORGANIZACION DATOS Y DOCUMENTOS	3,59	0,14	4,33	0,01	0,01
Pymes	204	T&U IMPORTACIONES S.A.S.	2,68	0,45	1,26	0,04	0,08
Pymes	205	MARCA REGISTRADA MR S.A.S.	5,05	0,22	INDETERMINADO	0,20	0,25
Pymes	206	UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S.	2,20	0,43	8,52	0,24	0,42
Pymes	207	SUMIT S.A.S.	1,05	1,61	- 28,54	- 1,83	2,98
Pymes	208	BRANDEX GLOBAL S.A.S. BIC	2,05	0,43	10,64	0,30	0,53
Pymes	209	BRAIN HUB S.A.S.	1,32	0,75	1,57	0,30	1,22
Pymes	210	GOOGLE COLOMBIA LTDA.	3,08	0,28	INDETERMINADO	- 0,02	- 0,02
Pymes	211	XP COLOMBIA S.A.S. EN REORGANIZACIÓN	2,28	0,80	- 0,63	- 0,00	- 0,02
Pymes	212	BIOMARIN COLOMBIA LTDA.	2,62	0,48	1,88	0,14	0,27
Pymes	213	DATOS MOVILES EN LINEA LTDA.	1,37	0,68	12,32	0,18	0,58
Pymes	214	MCAFFEE COLOMBIA LTDA.	1,41	0,72	6,54	0,02	0,07
Pymes	215	HARDWARE Y SERVICIOS S.A.S.	2,26	0,48	2,80	0,01	0,02
Pymes	216	OPEN GROUP S.A.S.	2,07	0,58	3,00	0,14	0,33
Pymes	217	LEFCOM S.A.S.	2,90	0,65	INDETERMINADO	0,14	0,41
Pymes	218	EDELMAN COLOMBIA S.A.S.	2,09	0,43	INDETERMINADO	0,27	0,48
Pymes	219	O4IT COLOMBIA S.A.S.	1,75	0,38	INDETERMINADO	0,07	0,11
Pymes	220	ANTHROPOLOGIC S.A.S.	3,93	0,25	INDETERMINADO	- 0,03	- 0,03
Pymes	221	OMNILIDERES S.A.S. EN PROCESO DE REORGANIZACION	27,82	0,93	INDETERMINADO	- 0,05	- 0,73
Pymes	222	HERITAGE GROUP S.A.S.	2,76	4,12	- 206,20	- 1,44	0,46
Pymes	223	TECNOPROCOSOS S.A.S. EN REORGANIZACION	2,38	0,50	INDETERMINADO	0,03	0,06
Pymes	224	HIFERA S. EN C.	6,42	0,98	1,68	0,00	0,08
Pymes	225	GO SPORTS MEDIA S.A.S.	2,15	0,46	10,80	0,31	0,58
Pymes	226	SMART PHONE S.A.S.	1,79	0,61	INDETERMINADO	0,07	0,19
Pymes	227	METALVISUAL S.A.S. EN REORGANIZACION	0,58	1,71	- 2,49	- 0,01	0,02
Pymes	228	IINTELLIGENCE IT S.A.S.	1,57	0,78	1,67	0,13	0,57
Pymes	229	MOVILCO S.A.S.	0,89	0,83	INDETERMINADO	0,01	0,04
Pymes	230	ASYLUM MARKETING S.A.S.	1,24	0,85	INDETERMINADO	0,02	0,14

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	231	TELNORM COLOMBIA S.A.S.	20,56	0,05	INDETERMINADO	0,07	0,07
Pymes	232	IMPACT LATIN AMERICA S.A.S.	0,77	1,29	- 13,74	- 0,53	1,80
Pymes	233	EDUMEDIA S.A.S.	3,50	0,47	6,56	0,24	0,45
Pymes	234	INTERNATIONAL AIRMEDIA GROUP LTDA.	1,33	0,80	1,68	0,08	0,39
Pymes	235	CYM MOVIL COMUNICACIONES S.A.S.	0,75	1,23	INDETERMINADO	- 0,08	0,35
Pymes	236	LUMEN GRAPHICS S.A.S.	1,97	0,66	2,39	0,28	0,80
Pymes	237	DOBLEFECTO S.A.S.	1,31	0,74	3,36	0,26	1,00
Pymes	238	CROMATICAPEX S.A.S.	1,15	0,32	INDETERMINADO	- 0,15	- 0,22
Pymes	239	JAIME URIBE Y ASOCIADOS S.A.S.	1,70	0,23	12,30	0,07	0,09
Pymes	240	ZORB PUBLICIDAD S.A.S. EN REORGANIZACION	2,09	0,77	INDETERMINADO	0,03	0,15
Pymes	241	NEOSECURE COLOMBIA S.A.S.	1,28	0,84	8,84	0,02	0,16
Pymes	242	VCS CONSORCIO TECNOLOGICO S.A.S.	0,51	0,98	- 7,03	- 0,15	- 8,17
Pymes	243	JAL TECH SOLUCIONES S.A.S. JAL TECH SOLUCIONES S.A.S.	8,19	0,51	2,85	0,13	0,27
Pymes	244	INVERSIONES GABO S.A.S.	6,53	0,57	0,40	0,01	0,03
Pymes	245	DISPORTAL S.A.S.	1,33	0,64	2,01	0,11	0,31
Pymes	246	PYP MEDIOS S.A.S.	1,48	0,63	64,72	0,15	0,41
Pymes	247	WEXLER S.A.S.	2,30	0,59	19,23	0,30	0,73
Pymes	248	HERCAS PUBLICIDAD EXTERIOR S.A.S.	2,59	0,35	4,06	0,11	0,17
Pymes	249	PUBLICITV S.A.S.	0,21	1,25	- 0,44	- 0,10	0,39
Pymes	250	AVCOM COLOMBIA S.A.S.	1,84	0,78	2,69	0,08	0,38
Pymes	251	VALLAS Y PUBLICIDAD JAC S.A.S. EN REORGANIZACION	0,12	8,20	INDETERMINADO	- 7,34	1,02
Pymes	252	ITELKOM S.A.S.	1,40	1,07	0,08	0,01	- 0,22
Pymes	253	PRENSA & ENTRETENIMIENTO AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S.	1,86	0,47	1,45	0,12	0,22
Pymes	254	INTECO MC S.A.S..	1,10	0,72	5,40	0,11	0,40
Pymes	255	INFOBIP COLOMBIA S.A.S.	1,24	0,96	3,63	0,03	0,73
Pymes	256	GRUPO EMPRESARIAL ZAPATA MARTINEZ S.A.S.	4,03	0,36	INDETERMINADO	0,10	0,15
Pymes	257	JAWAN FOR SOUTH AMERICAN SERVICES TECHNOLOGY AND SYSTEMS S.A.S.	1,13	0,19	INDETERMINADO	0,03	0,03
Pymes	258	FANTASTICA S.A.S.	1,41	0,62	INDETERMINADO	0,20	0,52
Pymes	259	VALTADRIA GROUP S.A.S.	1,22	0,70	INDETERMINADO	0,23	0,75
Pymes	260	ORIGIN IT S.A.S.	2,68	0,33	8,59	0,19	0,28

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	261	CD COMPUTO ACTUALIZAMOS TU MUNDO S.A.S.	1,87	0,66	1,45	0,00	0,01
Pymes	262	INTERACTIVE MEDIA S.A.S.	0,78	0,96	- 0,08	- 0,00	- 0,07
Pymes	263	DEXTERA S.A.S.	4,73	0,67	7,37	0,17	0,51
Pymes	264	TECSERVIS S.A.S.	1,00	1,00	INDETERMINADO	- 0,00	0,43
Pymes	265	SUIMAGEN CREATIVA S.A.S.	1,15	0,56	4,02	0,14	0,31
Pymes	266	CONTENIDOS EL REY S.A.S.	1,59	0,55	5,54	0,23	0,50
Pymes	267	NEGOCIOS ESTRATEGICOS NE S.A.S.	2,75	0,49	40,32	0,34	0,67
Pymes	268	AIRFACTORY COLOMBIA LTDA.	1,67	0,60	10,72	0,06	0,14
Pymes	269	DIGIMARKETING S.A.S.	3,68	0,27	50,48	0,18	0,25
Pymes	270	IOGESTION S.A.S.	1,84	0,62	2,59	0,21	0,56
Pymes	271	SOLUCIONES ALEGRA S.A.S.	1,30	0,71	- 17,57	- 0,65	- 2,24
Pymes	272	MARKETEAM OPTIONS COLOMBIA S.A.S.	6,78	0,99	INDETERMINADO	0,01	0,66
Pymes	273	INTERNET MEDIA SERVICES COLOMBIA S.A.S.	1,00	0,97	17,62	0,03	0,94
Pymes	274	GREEN SERVICES AND SOLUTIONS S.A.S.	1,77	0,55	2,60	0,16	0,36
Pymes	275	CIFIN S.A.S.	1,31	0,43	212,50	0,10	0,17
Pymes	276	CANALES ELECTRONICOS DE VENTAS S.A.S.	1,21	2,46	- 3,05	- 1,30	0,89
Pymes	277	ATC COLOMBIA S.A.S.	1,55	0,71	1,36	0,19	0,65
Pymes	278	NETDATA COLOMBIA S.A.S.	1,86	0,68	INDETERMINADO	0,18	0,56
Pymes	279	P&P SYSTEMS COLOMBIA S.A.S.	2,26	0,61	186,63	0,43	1,10
Pymes	280	EUROCOL RENTING S.A.S.	4,27	0,67	1,33	0,07	0,21
Pymes	281	PANORAMA TECHNOLOGIES S.A.S.	1,66	0,55	3,53	0,17	0,38
Pymes	282	LOS GOODFELLAS BIC S.A.S.	1,74	0,53	16,17	0,16	0,34
Pymes	283	PLANEAR COMUNICACIONES S.A.S.	2,78	0,32	INDETERMINADO	0,25	0,36
Pymes	284	CEM ELECTRONIX S.A.S.	10,97	0,63	8,24	0,13	0,36
Pymes	285	DENTSU COLOMBIA S.A.S.	0,84	0,16	4,08	0,06	0,07
Pymes	286	FINDASENSE COLOMBIA S.A.S.	3,60	1,96	- 0,18	- 0,04	0,04
Pymes	287	RED MAS COLOMBIA S.A.S.	0,49	5,06	- 399,74	- 2,40	0,59
Pymes	288	QP TECHNOLOGY S.A.S.	1,62	0,47	0,93	0,03	0,06
Pymes	289	DISTRIBUIDORA DE SOFTWARE Y MOVILIDAD S.A.S.	1,62	0,67	INDETERMINADO	0,04	0,12
Pymes	290	OFICOMCO S.A.S. EN REORGANIZACION	0,31	2,02	- 1,35	- 0,12	0,12
Pymes	291	CHACAM TRADING S.A.S.	1,20	0,86	0,90	0,12	0,82
Pymes	292	LATIN CHECKOUT S.A.S.	1,71	0,96	0,23	0,04	0,95

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	293	B-QUANTUM DE COLOMBIA S.A.S.	3,75	1,44	21,39	0,19	- 0,43
Pymes	294	HEADWAY DIGITAL COLOMBIA S.A.S.	0,33	2,79	INDETERMINADO	- 1,09	0,61
Pymes	295	IPROSPECT COLOMBIA S.A.S.	1,46	0,69	1,24	0,09	0,29
Pymes	296	BUENTIPO COLOMBIA S.A.S.	1,29	0,65	INDETERMINADO	0,01	0,03
Pymes	297	FUJITSU DO BRASIL LTDA. SUCURSAL COLOMBIA	2,91	0,27	- 3,78	- 0,46	- 0,63
Pymes	298	TAPTAP ADVERTISING S.A.S.	1,71	0,61	11,39	0,13	0,34
Pymes	299	SYM COMPUTER S.A.S. EN REORGANIZACION	0,23	6,94	INDETERMINADO	- 6,68	1,12
Pymes	300	JUST IN TIME SOLUTIONS TRADE S.A.S.	1,34	0,64	INDETERMINADO	0,11	0,31
Pymes	301	MARKET DYNAMO S.A.S.	1,83	0,55	INDETERMINADO	0,03	0,06
Pymes	302	AXIS IT S.A.S.	3,00	0,36	INDETERMINADO	0,24	0,38
Pymes	303	LATIR EXPERIENCES S.A.S.	2,15	0,91	1,78	0,30	3,34
Pymes	304	SMS ELECTRONIC S.A.S.	1,86	0,62	INDETERMINADO	0,10	0,26
Pymes	305	PROVEXPRESS S.A.S.	1,23	0,72	INDETERMINADO	0,08	0,29
Pymes	306	COMARCA MARKETING ADVERTISING S.A.S. EN REORGANIZACION	4,32	0,59	16,81	0,07	0,18
Pymes	307	TWENTY AGENCIA CREATIVA S.A.S. EN REORGANIZACION	6,06	0,52	INDETERMINADO	0,11	0,23
Pymes	308	TPAGA S.A.S.	0,82	1,31	INDETERMINADO	- 0,15	0,48
Pymes	309	ARETE LATIN AMERICA S.A.S.	1,63	0,89	8,91	0,74	6,71
Pymes	310	ADV-TECH IMPORT S.A.S.	0,46	0,63	- 0,76	- 0,05	- 0,13
Pymes	311	PUBNTONET INSUPERABLE S.A.S.	1,55	0,81	2,19	0,22	1,14
Pymes	312	ANCLU S.A.S.	1,73	0,54	6,47	0,33	0,70
Pymes	313	SOLLINET TECHNOLOGY S.A.S.	1,04	0,78	4,10	0,05	0,22
Pymes	314	YAMACORP S.A.S.	3,29	1,14	- 8,22	- 0,17	1,26
Pymes	315	BEST PEOPLE S.A.S.	1,06	0,94	- 0,11	- 0,00	- 0,04
Pymes	316	BURSON COHN & WOLFE COLOMBIA S.A.S.	1,29	0,73	3,01	0,04	0,14
Pymes	317	ACRE COLOMBIA S.A.S.	2,06	0,46	2,37	0,21	0,39
Pymes	318	LEAL COLOMBIA S.A.S.	0,99	0,75	- 17,87	- 0,48	- 1,91
Pymes	319	GRUPO ADE S.A.S.	1,09	0,89	INDETERMINADO	- 0,08	- 0,78
Pymes	320	IWALL COLOMBIA S.A.S.	4,43	1,38	1,88	0,26	- 0,69
Pymes	321	PANGEA MTD S.A.S.	4,76	0,21	INDETERMINADO	0,34	0,43
Pymes	322	OWAK S.A.S.	0,87	0,79	5,36	0,11	0,52

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Pymes	323	MO TECNOLOGIAS COLOMBIA S.A.S.	3,77	0,63	- 0,61	- 0,02	- 0,06
Pymes	324	GTI ALBERTO ALVAREZ LOPEZ S.A.S.	1,95	0,69	5,54	0,25	0,80
Pymes	325	8 BITS S.A.S.	0,62	2,21	- 0,74	- 0,07	0,05
Pymes	326	NEGOCIOS E INVERSIONES SINGS S.A.S.	2,45	0,36	7,16	0,14	0,22
Pymes	327	NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL COLOMBIA S.A.S.	1,28	0,61	40,97	0,12	0,32
Pymes	328	INVERSION LEON IBARRA S.A.S.	15,55	0,06	INDETERMINADO	0,07	0,07
Pymes	329	TMS SOLUTIONS S.A.S.	1,43	0,70	2,78	0,15	0,50
Pymes	330	THE JUJU S.A.S.	1,15	0,79	4,27	0,24	1,18
Pymes	331	INTELLIGENT CUSTOMER ACQUISITION S.A.S.	2,02	0,49	18,35	0,24	0,48
Pymes	332	LOCAL PAYMENT COLOMBIA S.A.S.	1,11	0,90	0,65	0,01	0,06
Pymes	333	REGIONAL BUSINESS COLOMBIA S.A.S.	1,52	0,66	INDETERMINADO	0,23	0,68
Pymes	334	PRETAILERS S.A.S.	1,14	0,88	1,13	0,07	0,60
Pymes	335	VORTICE S.A.S.	2,42	0,55	INDETERMINADO	0,28	0,61
Pymes	336	KREDIYA S.A.S.	1,79	0,85	INDETERMINADO	0,18	1,25
Pymes	337	DATA HORIZON COLOMBIA S.A.S.	10,75	0,91	- 28,87	- 0,02	- 0,23
Pymes	338	FALCON PUBLICIDAD S.A.S.	1,97	0,40	46,34	0,34	0,57
Pymes	339	MOBILE COMERCIAL S.A.S.	2,12	0,85	1,15	0,18	1,18
Pymes	340	ASCENTY COLOMBIA S.A.S.	0,09	0,33	- 2,35	- 0,06	- 0,09
Pymes	341	APLICACIONES DIGITALES INTELIGENTES S.A.S.	0,02	0,12	- 570,00	- 0,10	- 0,12
Plenas	342	ARUS S.A.S.	1,46	0,65	1,72	0,10	0,29
Plenas	343	NEC DE COLOMBIA S.A.	1,05	0,78	- 6,06	- 0,13	- 0,60
Plenas	344	OFIMARCAS S.A.S.	1,41	0,64	6,86	0,16	0,44
Plenas	345	IMPRESISTEM S.A.S.	1,20	0,81	0,45	0,04	0,22
Plenas	346	COMPUFACIL S.A.S.	8,37	0,05	32,48	0,05	0,06
Plenas	347	ORANGE BUSINESS SERVICES COLOMBIA S.A.S.	10,15	0,09	7,50	0,08	0,08
Plenas	348	EPSON COLOMBIA LTDA.	1,72	1,06	- 1,27	- 0,02	0,29
Plenas	349	VML GROUP COLOMBIA S.A.S.	2,26	0,56	5,71	0,18	0,41
Plenas	350	IMAGEN Y RELACIONES PUBLICAS S.A.S.	0,97	1,01	5,28	0,12	- 8,94
Plenas	351	MPS MAYORISTA DE COLOMBIA S.A.	1,09	0,90	0,09	0,00	0,02
Plenas	352	POLUX SUMINISTROS S.A.S. EN REORGANIZACION	2,25	1,32	- 0,87	- 0,10	0,30
Plenas	353	DELL COLOMBIA INC	1,18	0,90	INDETERMINADO	0,09	0,89

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Plenas	354	HAVAS MEDIA COLOMBIA S.A.S.	1,13	0,78	- 8,65	- 0,11	- 0,53
Plenas	355	SED INTERNATIONAL DE COLOMBIA S.A.S.	1,44	0,67	4,84	0,08	0,26
Plenas	356	IMAGE QUALITY OUTSOURCING S.A.S.	1,82	0,50	1,52	0,04	0,09
Plenas	357	ESSENCEMEDIACOM COLOMBIA S.A.S.	1,77	0,56	15,39	0,06	0,15
Plenas	358	WAVEMAKER COLOMBIA S.A.S.	2,84	0,35	41,59	0,05	0,07
Plenas	359	OPCIONES ADMINISTRATIVAS S.A.S.	1,52	0,28	1,25	0,03	0,04
Plenas	360	J&M COMUNICACIONES S.A.S.	1,33	0,82	0,00	0,00	0,00
Plenas	361	MERCADEO RELACIONAL S.A.S.	1,24	0,79	8,68	0,17	0,85
Plenas	362	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES S.A.S.	1,29	0,59	3,35	0,09	0,21
Plenas	363	PAYU COLOMBIA S.A.S.	1,09	0,73	138,11	0,12	0,46
Plenas	364	ESRI COLOMBIA S.A.S.	1,63	0,90	29,43	0,14	1,38
Plenas	365	LOYALQUO S.A.S.	2,18	0,45	2,65	0,11	0,20
Plenas	366	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	4,45	0,22	14,84	0,07	0,09
Plenas	367	PROXIMITY COLOMBIA S.A.S.	2,31	0,43	0,61	0,18	0,31
Plenas	368	NCR COLOMBIA LTDA.	1,60	0,86	INDETERMINADO	- 0,04	- 0,27
Plenas	369	MCCANN-ERICKSON CORPORATION S.A.	1,62	0,60	3,03	0,04	0,11
Plenas	370	MMS COMUNICACIONES COLOMBIA S.A.S.	1,49	0,68	0,43	0,08	0,24
Plenas	371	EFFECTIMEDIOS S.A.S.	1,51	0,43	INDETERMINADO	0,11	0,19
Plenas	372	SONOVISTA PUBLICIDAD S.A.	1,72	0,48	INDETERMINADO	0,21	0,39
Plenas	373	OGILVY & MATHER COLOMBIA S.A.S.	1,93	0,61	1,74	0,06	0,15
Plenas	374	SANCHO BBDO WORLDWIDE INC S.A.S.	2,00	0,49	INDETERMINADO	0,09	0,17
Plenas	375	LENOVO (ASIA PACIFIC) LIMITED SUCURSAL COLOMBIA	1,15	0,88	8,20	0,09	0,79
Plenas	376	MEDIAWISE SOLUTIONS S.A.S.	1,22	0,78	2,40	0,15	0,71
Plenas	377	ENLACE OPERATIVO S.A.	2,86	0,32	18,75	0,33	0,49
Plenas	378	APORTES EN LINEA S.A.	3,96	0,22	INDETERMINADO	0,22	0,29
Plenas	379	MULTISPONSOR	1,40	0,70	6,43	0,29	0,97
Plenas	380	EQUINIX COLOMBIA INC PTE LTD SUCURSAL COLOMBIA	2,06	0,08	85,47	0,06	0,06
Plenas	381	UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LTDA.	1,31	0,71	2,17	0,03	0,11
Plenas	382	ADISTEC COLOMBIA S.A.S.	1,19	0,89	0,27	0,10	0,91
Plenas	383	ISHOP COLOMBIA S.A.S.	0,93	0,90	0,88	0,05	0,46
Plenas	384	PHD COLOMBIA S.A.S.	1,10	0,88	INDETERMINADO	- 0,00	- 0,00
Plenas	385	BULL MARKETING S.A.S.	1,36	0,78	2,51	0,18	0,82

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Plenas	386	MAC CENTER COLOMBIA S.A.S.	1,17	0,88	INDETERMINADO	- 0,02	- 0,19
Plenas	387	KONFIRMA S.A.S.	2,93	0,32	9,62	0,13	0,19
Plenas	388	GROUPM TRADING COLOMBIA S.A.S.	2,75	0,37	44,27	0,18	0,28
Plenas	389	PUBLIMETRO COLOMBIA S.A.S.	0,64	1,18	INDETERMINADO	- 0,20	1,09
Plenas	390	TEK SOLUCIONES TECNOLOGICAS S.A.S.	2,90	0,61	1,23	0,08	0,21
Plenas	391	SALESLAND COLOMBIA S.A.S.	1,69	0,92	0,35	0,05	0,56
Plenas	392	WOMPI S.A.S.	1,95	0,51	INDETERMINADO	- 0,31	- 0,63
Plenas	393	CARAT COLOMBIA S.A.S.	1,22	0,81	1,33	0,18	0,93
Plenas	394	FUTURIBLE DIGITAL S.A.	1,14	0,96	2,79	0,05	1,22
Plenas	395	SUPER PAGOS S.A.S.	0,64	0,59	0,98	0,08	0,19
Plenas	396	COMPUTEC OUTSOURCING S.A.S. EN REORGANIZACION	0,51	0,94	- 1,95	- 0,10	- 1,71
Plenas	397	FACEBOOK COLOMBIA S.A.S.	1,85	0,43	- 363,97	- 0,03	- 0,06
Plenas	398	CHEIL COLOMBIA	3,22	0,30	29,47	0,12	0,17
Plenas	399	APPLE COLOMBIA INC	1,01	0,95	1,61	0,10	2,11
Plenas	400	ORION CAPITAL S.A.S.	1,23	0,81	1,58	0,04	0,21
Plenas	401	HAVAS + S.A.S.	0,97	0,98	2,33	0,14	8,22
Plenas	402	AMAZON WEB SERVICES COLOMBIA S.A.S.	3,10	0,26	- 33,72	- 0,07	- 0,10
Plenas	403	EDITORIAL LA REPUBLICA S.A.S.	1,63	0,35	- 0,23	- 0,01	- 0,01
Plenas	404	LENOVO GLOBAL TECHNOLOGY (ASIA PACIFIC) LIMITED SUCURSAL COLOMBIA	1,45	0,60	INDETERMINADO	0,26	0,65
Plenas	405	APEX TRADING S.A.S.	2,70	0,37	31,82	0,24	0,39
Plenas	406	AMAZON DATA SERVICES COLOMBIA S.A.S.	0,58	0,79	0,53	0,02	0,11
Plenas	407	AGENCIA DE ANALÍTICA DE DATOS S.A.S.	2,87	0,33	INDETERMINADO	- 1,34	- 2,01
Plenas	408	DIGITAL PAYMENTS S.A.S.	0,99	0,62	- 91,08	- 0,11	- 0,28
Plenas	409	XIAOMI COLOMBIA S.A.S.	1,02	0,97	0,88	0,06	1,77
Plenas	410	NEXSYS DE COLOMBIA S.A.S.	1,34	0,76	1,20	0,01	0,04
Plenas	411	CONTROLES EMPRESARIALES S.A.S.	1,28	0,70	3,12	0,10	0,32
Plenas	412	COMPUNET S.A.	1,02	1,03	0,05	0,00	- 0,08
Plenas	413	EQUIPAMIENTOS URBANOS NACIONALES DE COLOMBIA S.A.S.	1,49	0,47	0,57	0,03	0,05
Plenas	414	DDB WORLDWIDE COLOMBIA S.A.S.	1,64	0,47	7,66	0,22	0,41
Plenas	415	BRANDCONNECTION S.A.S.	1,06	0,23	105,20	0,22	0,28
Plenas	416	INTERPUBLIC COLOMBIA S.A.S.	1,02	0,53	8,73	0,15	0,33

Tipo	RAZON SOCIAL		INDICE DE LIQUIDEZ	INDICE DE ENDEUDAMIENTO	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
Plenas	417	OMD COLOMBIA S.A.S.	1,08	0,78	INDETERMINADO	0,01	0,04
Plenas	418	WPP MEDIA MANAGEMENT COLOMBIA S.A.S.	1,78	0,21	- 1,30	- 0,00	- 0,00
Plenas	419	LIBERTY NETWORKS DE COLOMBIA S.A.S.	1,50	0,45	0,93	0,06	0,11
Plenas	420	GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA S.A.S.	3,55	0,29	221,94	0,31	0,44
Plenas	421	CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.	0,56	0,64	- 2,87	- 0,09	- 0,25
Plenas	422	PUBLICAR PUBLICIDAD MULTIMEDIA S.A.S.	0,09	2,13	- 0,06	- 0,01	0,01
Plenas	423	COMUNICAN S.A.	0,63	1,24	- 18,31	- 1,36	5,66
Plenas	424	GREY COLOMBIA S.A.S.	5,00	0,06	6,09	0,04	0,04
Plenas	425	MULLEN LOWE SSP3 S.A.S.	1,83	0,89	0,60	0,04	0,39
Plenas	426	CARVAJAL TECNOLOGIA Y SERVICIOS S.A.S. BIC	1,17	0,39	3,02	0,07	0,11
Plenas	427	COLOMBIANA DE COMERCIO S.A.	1,50	0,52	7,71	0,14	0,30
Plenas	428	EXPERIAN COLOMBIA S.A.	2,01	0,41	1,86	0,05	0,09
Plenas	429	INGRAM MICRO S.A.S.	1,37	0,61	0,16	0,01	0,03
Plenas	430	KINESSO COLOMBIA S.A.S.	1,49	0,41	43,21	0,22	0,36
Plenas	431	BBDO COLOMBIA S.A.S.	0,57	0,07	INDETERMINADO	- 0,01	- 0,01
PROMEDIO SIMPLE			2,39	0,67	3,15	0,03	0,20

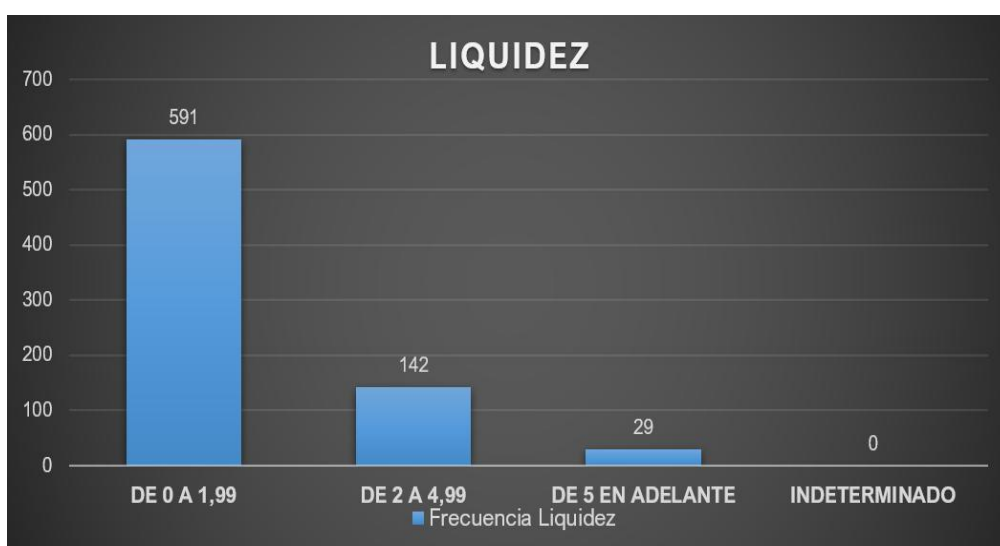
II. ANÁLISIS ESTADÍSTICO A LOS INDICADORES

A continuación, se realiza el análisis estadístico mediante la técnica de tallo y hoja con los datos en el punto anterior, el cual permite visualizar la distribución de un conjunto de datos cuantitativos de manera organizada, mostrando la frecuencia de cada valor y su distribución gráfica. Esta técnica separa cada dato en dos partes: el "tallo" (dígitos de mayor valor posicional) y la "hoja" (dígito de menor valor posicional). El diagrama resultante facilita la identificación de la distribución de los datos.

◆ LIQUIDEZ

El índice de liquidez tiene por objeto mostrar la relación existente entre los recursos que se pueden convertir en disponibles y las obligaciones que se deben cancelar en el corto plazo, y aunque depende mucho del sector y la actividad, se considera muy preocupante un valor de 1 o menos ya que si es menor de 1 la empresa corre el riesgo de suspender pagos por no tener los activos líquidos suficientes para atenderlos.

PROMEDIO PONDERADO LIQUIDEZ
97% de datos por encima de 0,5
91% de datos por encima de 0,9
89% de datos por encima de 1
63% de datos por encima de 1,5
40% de datos por encima de 2
0,00% de datos por encima de INDETERMINADO



El análisis de tallo y hoja permite concluir que puede establecerse el índice de liquidez así:

- Para GRANDES EMPRESAS (PLENAS): **Igual o superior a 2,0 o indeterminado.**
- Para MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES): **Igual o superior a 1,5 o indeterminado.**

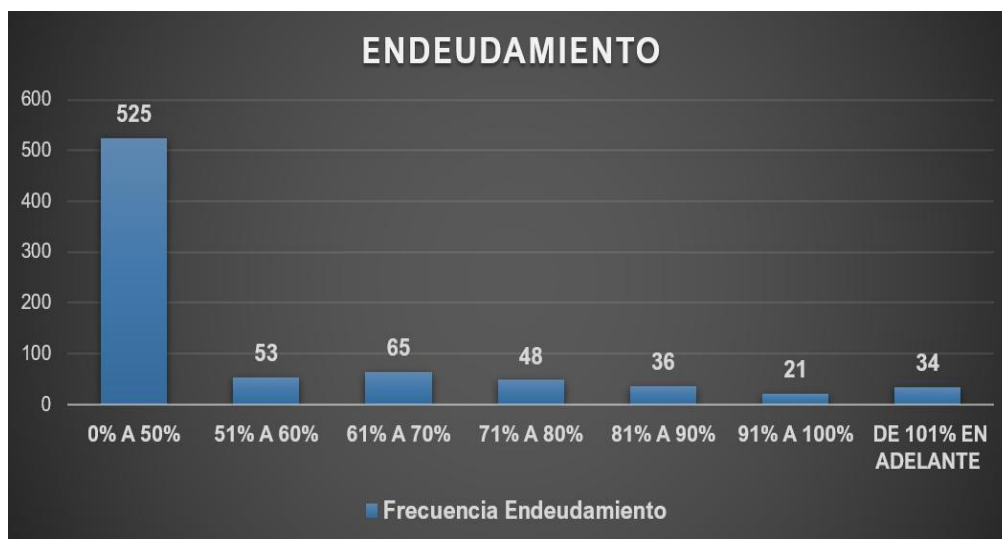
Permitiendo una amplia participación del mercado sin poner en riesgo el cumplimiento de obligaciones por parte del contratista.

◆ ENDEUDAMIENTO

El índice de endeudamiento, también conocido como ratio de endeudamiento, es un indicador financiero que mide la proporción de la deuda de una empresa en relación con su patrimonio neto o activos totales. En otras palabras, revela qué parte de los activos de una empresa se financian con recursos ajenos (deudas) y qué parte con recursos propios

(patrimonio). Un índice alto puede indicar un mayor riesgo financiero, mientras que uno bajo puede sugerir una mayor solidez financiera.

PROMEDIO PONDERADO ENDEUDAMIENTO	
75%	de datos por encima del 45%
60%	de datos por encima del 50%
54%	de datos por encima del 55%
48%	de datos por encima del 60%
40%	de datos por encima del 65%
33%	de datos por encima del 70%
22%	de datos por encima del 80%
13%	de datos por encima del 90%



El análisis de tallo y hoja permite concluir que el índice de endeudamiento puede establecerse el índice de la siguiente manera:

- Para GRANDES EMPRESAS (PLENAS): **Menor o igual a 0.60**
- Para MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES): **Menor o igual a 0.65**

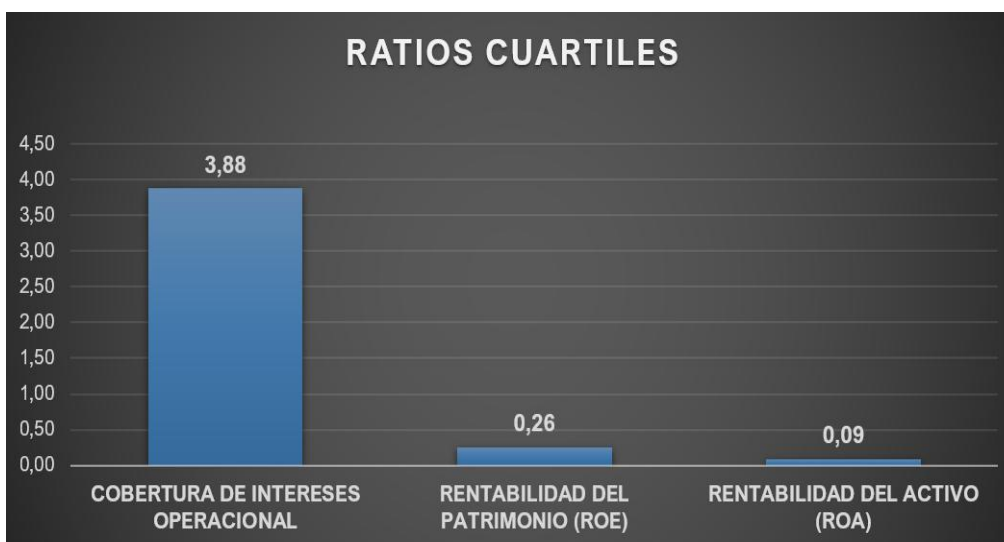
Permitiendo una amplia participación del mercado sin poner en riesgo el cumplimiento de obligaciones por parte del contratista.

RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES, RENTABILIDAD DEL ACTIVO Y RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO

Se realiza la depuración de la muestra excluyendo los números atípicos³⁶ que distorsionaban la misma y por ende afectaban un adecuado resultado estadístico en los indicadores de Razón de Cobertura de Intereses, Rentabilidad del Patrimonio y Rentabilidad del Activo.

Para realizar lo descrito anteriormente se utilizaron los métodos estadísticos denominados **Rango Intercuartílico** (método sugerido por Colombia Eficiente) y el Método del **Número Z**, en los cuales se obtuvieron los indicadores de **Ratios Cuartiles** y **Ratio de Desviación Estándar** respectivamente:

RATIOS CUARTILES / DATOS ATÍPICOS					
CUARTIL 1	0,93		0,07		0,02
CUARTIL 2	2,69		0,22		0,08
CUARTIL 3	7,68		0,42		0,16
RANGO INTERCUARTIL	6,75		0,35		0,14
LIMITE INFERIOR	-12,58		-0,64		-0,26
LIMITE SUPERIOR	21,19		1,13		0,44
PROMEDIO	3,88		0,26		0,09
TIPO COBERTURA	COBERTURA INTERESES OPERACIONAL	TIPO ROE	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)	TIPO ROA	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)



³⁶ Un dato atípico es aquel numéricamente distante de la mayoría de los datos de la muestra.

RATIOS DESVIACIÓN ESTÁNDAR / DATOS ATÍPICOS					
MEDIA	3,15		0,20		0,03
DESVIACIÓN ESTANDAR	53,05		1,77		0,55
LIMITE INFERIOR	-102,95		-3,33		-1,06
LIMITE SUPERIOR	109,26		3,74		1,12
PROMEDIO	5,78		0,28		0,09
TIPO COBERTURA	COBERTURA INTERESES OPERACIONAL	TIPO ROE	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)	TIPO ROA	RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)



♦ RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES

Una Razón de Cobertura de Intereses menor a uno (1) supone un problema, quiere decir que la empresa no tendría capacidad para atender los pagos generados por su deuda con su operación por lo cual no es eficiente y va a cerrar su periodo de resultados con pérdidas y seguramente en estado de morosidad con los agentes de financiamiento de recursos ajenos.

Es cierto que es difícil establecer niveles óptimos para la razón de cobertura de intereses para cada empresa. Esto depende principalmente del sector, de las características de la empresa y su entorno.

La depuración de la muestra permite concluir que puede establecerse una Razón de Cobertura de Intereses así:

- Para GRANDES EMPRESAS (PLENAS): **Igual o superior a 2,0 o Indeterminado**
- Para MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES): **Igual o superior a 1,5 o Indeterminado**, pues suele considerarse como una referencia adecuada de la



capacidad de pago de la empresa; tanto para el mercado, como para entidades de crédito, permitiendo una amplia participación sin poner en riesgo el cumplimiento de obligaciones por parte del contratista.

♦ RENTABILIDAD DEL ACTIVO Y RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO

En la **Rentabilidad del Activo** y la **Rentabilidad del Patrimonio**, para que una empresa sea rentable, la rentabilidad del activo debe ser superior al 5%, y en cuanto a la rentabilidad del patrimonio es importante que dicho indicador sea un poco más alto que la rentabilidad del activo, por lo tanto, un indicador del 7% sería aceptable sin poner el riesgo la ejecución el contrato y permitiendo una amplia participación de los oferentes. Estos valores posibilitan inferir una gestión organizacional adecuada de la empresa y un nivel de rentabilidad saludable para sostenibilidad financiera.

La depuración de la muestra permite concluir que puede establecerse una Rentabilidad del Activo y la Rentabilidad del Patrimonio así:

- Para GRANDES EMPRESAS (PLENAS)

Rentabilidad del Patrimonio: Mayor o igual a 0,09

Rentabilidad del Activo: Mayor o igual a 0,07

- Para MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)

Rentabilidad del Patrimonio: Mayor o igual a 0,07

Rentabilidad del Activo: Mayor o igual a 0,05

Estos valores posibilitan inferir una gestión organizacional adecuada de la empresa y un nivel de rentabilidad saludable para sostenibilidad financiera.

♦ CAPITAL DE TRABAJO

Para el presente proceso contractual consideramos que el oferente deberá acreditar **capital de trabajo**, dado el plazo de ejecución, que la entidad no proporcionará ningún tipo de anticipo y que la forma de pago está atada a la entrega a entera satisfacción, implica que el oferente debe tener suficiente músculo financiero para soportar este y otros contratos más que tenga en ejercicio de su operación, por tanto, se considera que **una (1) vez el presupuesto oficial** es proporcional a las diferentes variables del contrato.

En conclusión, se pueden fijar los siguientes indicadores financieros para el presente proceso contractual bajo los siguientes criterios diferenciadores, con el propósito de verificar la capacidad financiera y organizacional de los proponentes y garantizar la adecuada ejecución del contrato:

GRANDES EMPRESAS (NIIF PLENAS)

CAPACIDAD FINANCIERA	ÍNDICE DE LIQUIDEZ <i>Activo corriente sobre pasivo corriente</i>	Igual o superior a 2,0 o Indeterminado
	ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO <i>Pasivo total sobre activo total</i>	Menor o igual a 0,60
	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES <i>Utilidad Operacional / Gastos de Intereses</i>	Igual o superior a 2,0 o Indeterminado
	CAPITAL DE TRABAJO <i>Activo Corriente menos Pasivo Corriente</i>	Una (1) vez el presupuesto oficial

CAPACIDAD DE ORGANIZACIÓN	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO <i>Utilidad Operacional / Patrimonio</i>	Mayor o igual a 0,09
	RENTABILIDAD DEL ACTIVO <i>Utilidad Operacional / Activo Total</i>	Mayor o igual a 0,07

SISTEMA DE PREFERENCIAS EN EL SISTEMA DE COMPRAS PÚBLICAS

Incentivos que buscan fomentar la participación de determinados grupos en los procesos de contratación pública: **MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (NIIF PYMES) • EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES • JÓVENES EGRESADOS DEL SISTEMA DE PROTECCIÓN DEL ICBF • EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD**³⁷

³⁷ <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20No.%200287%20DEL%2019%20DE%20MARZO%20DE%202026.pdf>

Decreto 0287 de 2026. Artículo 2.2.1.2.4.2.7.3. Incorporación de criterios habilitantes diferenciales en favor de los emprendimientos y empresas de personas con discapacidad.

Parágrafo 1°. Tratándose de proponentes plurales, estas condiciones solo se aplicarán cuando al menos uno de los integrantes cumpla con los criterios previstos en el artículo 2.2.1.2.4.2.6. de este Decreto y acredite una participación no inferior al diez por ciento (10%) en el consorcio o la unión temporal, aportando la experiencia requerida, como mínimo, en una proporción equivalente a su participación en la conformación del proponente plural.

CAPACIDAD FINANCIERA	ÍNDICE DE LIQUIDEZ <i>Activo corriente sobre pasivo corriente</i>	Igual o superior a 1,5 o Indeterminado
	ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO <i>Pasivo total sobre activo total</i>	Menor o igual a 0,65
	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES <i>Utilidad Operacional / Gastos de Intereses</i>	Igual o superior a 1,5 o Indeterminado
	CAPITAL DE TRABAJO <i>Activo Corriente menos Pasivo Corriente</i>	Una (1) vez el presupuesto oficial

CAPACIDAD DE ORGANIZACIÓN	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO <i>Utilidad Operacional / Patrimonio</i>	Mayor o igual a 0,07
	RENTABILIDAD DEL ACTIVO <i>Utilidad Operacional / Activo Total</i>	Mayor o igual a 0,05

Debido a que hay indicadores que resultan de realizar divisiones entre valores, la Entidad Estatal debe establecer explícitamente en los Documentos del Proceso una regla para determinar cómo evaluará el indicador cuando el denominador es cero, pues en este caso no es posible realizar esta operación matemática.

En el caso del **indicador de liquidez**, los oferentes cuyos pasivos financieros sean cero (0), no lo podrán calcular. En este caso el oferente cumple el indicador (INDETERMINADO).

Para el indicador de razón de cobertura de intereses, puede haber empresas que no presentan obligaciones financieras y por ende no incurren en gastos financieros, es decir, el denominador es cero (0) y no sería posible realizar esta operación matemática. En este caso el oferente cumple el indicador (INDETERMINADO), salvo que su utilidad operacional sea negativa, caso en el cual no cumple con el indicador de razón de cobertura de intereses.

Los requisitos financieros anteriormente solicitados, corresponden a los indicadores financieros señalados en el artículo 2.2.1.1.5.3 del Decreto 1082 de 2015 y que los oferentes reflejarán en el RUP, con base en la información verificada y certificada por la Cámara de Comercio.

Para la verificación de los indicadores financieros y organizacionales solicitados, los proponentes deberán aportar la siguiente información:

El RUP actualizado³⁸ conforme con el Decreto 1082 de 2015, es decir, el Certificado de Registro Único de Proponentes -RUP- **vigente y en firme³⁹ a la fecha de cierre del proceso**, donde se puedan verificar los requisitos habilitantes de índices financieros y de capacidad organizacional.

B. PROPONENTES PLURALES

La Entidad Estatal es autónoma para establecer la forma como las uniones temporales, consorcios y promesas de sociedad futura acreditan el cumplimiento de los requisitos habilitantes⁴⁰

Si el oferente es un consorcio, unión temporal debe acreditar su capacidad financiera y de organización así:

Con la ponderación de los componentes de los indicadores de acuerdo con su participación, para el efecto mostraremos las definiciones que trae Colombia Compra Eficiente como ilustración en el Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los Procesos de Contratación.

1. Ponderación de los componentes de los indicadores

En esta opción cada uno de los integrantes del oferente aporta al valor total de cada componente del indicador de acuerdo con su participación en la figura del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

La siguiente es la fórmula aplicable para los indicadores que son índices en la opción 1:

$$(ii) \text{ Indicador} = \frac{\left(\sum_{i=1}^n \text{Componente 1 del indicador}_i \times \text{porcentaje de participación}_i \right)}{\left(\sum_{i=1}^n \text{Componente 2 del indicador}_i \times \text{porcentaje de participación}_i \right)}$$

Donde n es el número de integrantes del oferente plural (unión temporal, consorcio o promesa de sociedad futura).

Esta opción incentiva que el integrante del proponente plural con los mejores indicadores tenga una mayor participación en dicho proponente plural.

³⁸ <https://www.beltranpardo.com/wp-content/uploads/2021/08/CONCEPTO-480.pdf>

³⁹ En el artículo 2.2.1.1.1.5.1 del Decreto 1082 de 2015 se establece el período en el cual los proponentes deberán presentar su renovación (renuevan siempre y cuando tenga su inscripción vigente); esto es, a más tardar el quinto día hábil del mes de abril de cada año. **De lo contrario, cesan los efectos del RUP. Lo anterior implica que el proponente que no cumpla con la carga indicada no se puede presentar a los procedimientos de selección, porque no tendría capacidad para hacerlo. Por tanto, tendría que inscribirse nuevamente, caso en el que solo se podrá presentar cuando la inscripción esté en firme.** “[...] la firmeza del RUP es una condición de ejecutoriedad, para consolidar los efectos del acto administrativo de inscripción, renovación o actualización, por lo que en los procedimientos de selección solo se puede utilizar el registro que esté en firme antes del cierre del proceso [...]”

⁴⁰ https://operaciones.colombiacompra.gov.co/sites/default/files/manuales/20140901_manual_requisitos_habilitantes_4_web.pdf



C. PERSONAS EXTRANJERAS

Para garantizar la **participación de las Personas Extranjeras no inscritas en el Registro Único de Proponentes** por no tener domicilio o sucursal en el país, a estas no se les podrá exigir el requisito de inscripción en el Registro Único de Proponentes. En consecuencia, para los citados oferentes deberán aportar la información antes solicitada (indicadores) para verificar su capacidad financiera.

Para acreditar la capacidad financiera y la capacidad organizacional Colombia Compra Eficiente sugiere utilizar certificados suscritos por el representante legal y el revisor fiscal o auditor del proponente, y si el proponente no está obligado a tener revisor fiscal, por su contador, y estar acompañado de los estados financieros auditados de corte anual más reciente. Para el efecto la entidad se acoge al formato que Colombia Compra Eficiente sugiere el certificado contenido en el Anexo 2 de este Manual.⁴¹

A²

Formato del certificado de acreditación de la capacidad financiera y capacidad organizacional para cumplir con los requisitos habilitantes

[Llenar con el código que identifica el Proceso de Contratación]

Oferente:

Resumen de cuentas de balance general y estado de resultados que sean necesarias para verificar los requisitos habilitantes de capacidad financiera y organizacional.

Cuenta	Oferente Singular	Oferente Plural		
	Oferente (Valor en pesos colombianos)	Participante N°1 (Valor en pesos colombianos)	Participante N°2 (Valor en pesos colombianos)	Participante N°3 (Valor en pesos colombianos)
Activo Corriente				
Activo Total				
Pasivo Corriente				
Pasivo total				
Utilidad Operacional				
Gastos de intereses				
Fecha de corte de los estados financieros				

* Si el oferente es plural y tiene más de tres participantes debe insertar las columnas adicionales en la tabla anterior.

⁴¹ https://operaciones.colombiacompra.gov.co/sites/default/files/manuales/20140901_manual_requisitos_habilitantes_4_web.pdf



Capacidad Financiera

Porcentaje de participación	Oferente individual	Oferente Plural			
	100%	(Indicar % participación)	(Indicar % participación)	(Indicar % participación)	100%
Indicador	Índice del Oferente	Índice del Participante N°1	Índice del Participante N°2	Índice del Participante N°3	Índice del Oferente plural
Índice de Liquidez					
Índice de Endeudamiento					
Razón de Cobertura de Intereses					

* Si el oferente es plural y tiene más de tres participantes debe insertar las columnas adicionales en la tabla anterior.

Capacidad Organizacional

Porcentaje de participación	Oferente individual	Oferente Plural			
	100%	(Indicar % participación)	(Indicar % participación)	(Indicar % participación)	100%
Indicador	Índice del Oferente	Índice del Participante N°1	Índice del Participante N°2	Índice del Participante N°3	Índice del Oferente plural
Rentabilidad sobre activos					
Rentabilidad sobre el patrimonio					

* Si el oferente es plural y tiene más de tres participantes debe insertar las columnas adicionales en la tabla anterior.

Adjunto al presente certificado están los estados financieros auditados más recientes, con sus notas. Declaramos bajo la gravedad de juramento, comprometiendo nuestra responsabilidad personal y la responsabilidad institucional de las personas jurídicas que representamos que la información consignada en los estados financieros y en el presente formato es cierta.

Firma Representante legal del Oferente

Nombre: _____

Documento de identidad: _____

Firma Revisor Fiscal

Nombre: _____

Documento de identidad: _____

Tarjeta Profesional: _____

* Indique si actúa como revisor fiscal o contador

Nota: Si se trata de proponentes plurales, el revisor fiscal o contador de cada uno de los miembros del proponente plural debe firmar e incluir sus datos en el presente formato.



Adjunto al presente certificado deberán aportar los estados financieros auditados más recientes, con sus notas. Declarando bajo la gravedad de juramento, comprometiendo bajo responsabilidad personal y la responsabilidad institucional de las personas jurídicas que representan que la información consignada en los estados financieros y en el presente formato es cierta.

Para el caso de los oferentes extranjeros, se deberá realizar la conversión a la TRM correspondiente al último año de cierre del año fiscal a validar a 31 de diciembre acorde a la serie histórica registrada en la página del Banco de la República <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/trm>

Las personas extranjeras deberán presentar la certificación firmada por el Representante Legal, acompañada de traducción simple al idioma español (La traducción oficial deberá ser aportada en caso de resultar adjudicatario del proceso) con los valores re-expresados a la moneda funcional colombiana, a la tasa de cambio de la fecha de cierre de los mismos, avalados con la firma de un Contador Público con Tarjeta Profesional expedida por la Junta Central de Contadores de Colombia FORMATO para acreditar los requisitos habilitantes de los proponentes extranjeros sin domicilio o sucursal en Colombia

La Institución Universitaria de Envigado si lo considera necesario, se reserva la facultad de solicitar información adicional, con el fin de verificar y/o aclarar los datos reportados en los certificados requeridos.

5. EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE PROPUESTAS – FACTOR ECONÓMICO

La Institución Universitaria de Envigado evaluará aquellas propuestas que hayan obtenido una calificación **“HABILITADO”** en todos los criterios de selección.

La entidad asignará total **máximo de (100) puntos acumulables**, de los cuales máximo **(50) puntos** corresponden al factor económico.

La entidad a partir del valor total de las ofertas habilitadas asignará los puntos acumulables de conformidad con el siguiente procedimiento:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PUNTAJE MÁXIMO
FACTOR ECONÓMICO	
Método aleatorio Ponderación de la Propuesta (TMR)	50 puntos

Método aleatorio en función de la Tasa de Cambio Representativa del Mercado (TRM)

La Institución Universitaria de Envigado toma como base la evaluación económica de los documentos tipo vigentes⁴², de acuerdo con un método aleatorio, a efectos de determinar el puntaje que le corresponde.

De conformidad con lo anterior, el método aleatorio para seleccionar la fórmula de ponderación desestimula los actos contrarios a la selección objetiva, puesto que no es posible manipular la TRM para conocer con anticipación la fórmula aplicable.

La Entidad seleccionará el método de ponderación de la propuesta económica de acuerdo con las siguientes alternativas:

Concepto	Método
1	Mediana con valor absoluto
2	Media geométrica
3	Media aritmética baja
4	Menor valor

Para determinar el método de ponderación, la Entidad tomará los centavos de la Tasa de Cambio Representativa del Mercado (TRM), certificada por la Superintendencia Financiera de Colombia en su sitio web: <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/60819>

⁴² Documentos tipo de la licitación de infraestructura social disponibles en <https://www.colombiacompra.gov.co/normativa-y-relatoria/documentos-tipo>

- **La Entidad tomará la TRM que rija para el día hábil siguiente del cierre del proceso (presentación de ofertas).**
- Las propuestas que al aplicar las fórmulas obtengan puntajes negativos obtienen cero (0) puntos en la oferta económica.
- En el evento que solo exista una oferta habilitada para evaluar y calificar, la Entidad podrá prescindir de la definición de la TRM y escogencia de método de ponderación de la oferta económica y asignará el total del puntaje de este criterio, a la única oferta habilitada.

El método de ponderación se determinará de acuerdo con los rangos del siguiente cuadro:

Rango (inclusive)	Número	Método
De 0.00 a 0.24	1	Mediana con valor absoluto
De 0.25 a 0.49	2	Media geométrica
De 0.50 a 0.74	3	Media aritmética baja
De 0.75 a 0.99	4	Menor valor

a. Mediana con valor absoluto

La Entidad calculará el valor de la mediana con los valores de las propuestas hábiles. En esta alternativa se entenderá por mediana de un grupo de valores el resultado del cálculo que se obtiene a través de la aplicación del siguiente proceso: la Entidad ordenará los valores de las propuestas hábiles de manera descendente. Si el número de valores es impar, la mediana corresponde al valor central, si el número de valores es par, la mediana será el promedio de los dos valores centrales.

$$\mathbf{Me = Mediana(V_1; V_2 \dots ; \dots V_m)}$$

Donde:

- V_i : Es el valor total corregido de cada una de las propuestas “i”.
- m: Es el número total de propuestas económicas válidas recibidas por la entidad.
- Me: Es la mediana calculada con los valores de las propuestas económicas válidas.

Bajo este método la Entidad asignará el puntaje así:

- Si el número de valores de las propuestas hábiles es impar, el máximo puntaje será asignado a la propuesta que se encuentre en el valor de la mediana. Para las otras propuestas, se utilizará la siguiente fórmula:

$$\mathbf{Puntaje = \left[\left\{ 1 - \left| \frac{Me - V_i}{Me} \right| \right\} * Puntaje\ máximo \right]}$$

Donde:

- Me: Es la mediana calculada con los valores de las propuestas económicas válidas.
- V_i : Es el valor total corregido de cada una de las propuestas “i”.

II. Si el número de valores de las propuestas hábiles es par, se asignará el máximo puntaje a la propuesta que se encuentre inmediatamente por debajo de la mediana. Para las otras propuestas, se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje} = \left[\left\{ 1 - \left| \frac{V_{Me} - V_i}{V_{Me}} \right| \right\} * \text{Puntaje máximo} \right]$$

Donde:

- V_{Me} : Es el valor de la propuesta económica válida inmediatamente por debajo de la mediana.
- V_i : Es el valor total corregido de cada una de las propuestas “i”.

b. Media Geométrica

Para calcular la Media Geométrica se tomará el valor de las propuestas hábiles para el respectivo factor de calificación para asignar el puntaje de conformidad con el siguiente procedimiento:

$$MG = \sqrt[n]{V_1 * V_2 * V_3 * \dots * V_n}$$

Donde:

- MG: Es la media geométrica de todas las ofertas habilitadas.
- V_1 : Es el valor de una propuesta habilitada.
- V_n : Es el valor de la propuesta n habilitada.
- n: La cantidad total de propuestas habilitadas.

Para efectos de la asignación de puntaje se tendrá en cuenta lo siguiente: se otorgará el máximo puntaje al valor de la propuesta que se encuentre más cerca (por exceso o por defecto) al valor de la media geométrica calculada para el factor correspondiente.

Las demás propuestas recibirán puntaje de acuerdo con la siguiente ecuación:

$$\text{Puntaje} = \text{Puntaje máximo} * \left(1 - \left(\frac{|MG - V_i|}{MG} \right) \right)$$

Donde:

- MG: Es la media geométrica de todas las ofertas habilitadas.
- V_i : Es el valor total corregido de cada una de las propuestas “i”.

Se tomará el valor absoluto de la diferencia entre la media geométrica y el valor total corregido de cada una de las propuestas.

c. Media Aritmética Baja

Consiste en determinar el promedio aritmético entre la propuesta válida más baja y el promedio simple de las ofertas hábiles para calificación económica.

$$\overline{X}_B = \frac{(V_{\min} + \overline{X})}{2}$$

Donde:

- $V_{\min}$: Es el valor total corregido de la propuesta válida más baja.
- $\overline{X}$: Es el promedio aritmético simple de las propuestas económicas válidas.
- $\overline{X}_B$: Es la media aritmética baja.

La Entidad procederá a ponderar las propuestas de acuerdo con la siguiente formula:

$$\text{Puntaje} = \begin{cases} \text{Puntaje máximo} * \left(1 - \left(\frac{\overline{X}_B - V_i}{\overline{X}_B} \right) \right) & \text{Para valores menores o iguales a } \overline{X}_B \\ \text{Puntaje máximo} * \left(1 - \left(\frac{|\overline{X}_B - V_i|}{\overline{X}_B} \right) \right) & \text{Para valores mayores a } \overline{X}_B \end{cases}$$

Donde:

- $\overline{X}_B$: Es la media aritmética baja.
- V_i : Es el valor total corregido de cada una de las propuestas “i”.

Para efectos de ponderar propuestas cuyo valor sea mayor a $\overline{X}_B$, se tomará el valor absoluto de la diferencia entre la media aritmética baja y el valor total corregido de cada una de las propuestas.

d. Menor Valor



La Entidad otorgará el máximo puntaje a la oferta económica hábil para calificación económica de menor valor.

$$V_{\min} = \text{Mínimo} (V_1; V_2 \dots; \dots V_m)$$

Donde:

- V_i : Es el valor total corregido de cada una de las propuestas “i”.
- m: Es el número total de propuestas económicas válidas recibidas por la Entidad.
- $V_{\min}$: Es el valor total corregido de la propuesta válida más baja.

La Entidad procederá a ponderar las otras propuestas de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje} = \frac{\text{Puntaje máximo} * V_{\min}}{V_i}$$

Donde:

- $V_{\min}$: Es el valor total corregido de la propuesta válida más baja.
- V_i : Es el valor total corregido de cada una de las propuestas “i”.

Elaboró		
Nombre	Clara Marcela Rios Estrada	(Firmado electrónicamente a través de SECOP II)
Dependencia	Oficina de Contratación	
Fecha de elaboración	03 de julio de 2026	