Gobernación de Cundinamarca	SEGUIMIENTO CUENTAS DE COBRO	Código: A-GF-FR-
		Versión: 1
	GESTIÓN JURÍDICA	Fecha de Aprobación: 16/sep/2024

CONTRATISTA: Consorcio Plan de Comunicaciones

NÚMERO DE CUENTA RADICADA: 2 SH - SA - PS - 369 - 2026

RESPONSABLE DE LA ENTREGA: Oscar Yesid Espitia Santana FECHA :

ACTIVIDAD DE SEGUIMIENTO	RESULTADO C	RESULTADO NC	FECHA/ OBSERVACIONES ENTRADA CUENTA DE COBRO	FECHA/ OBSERVACIONES SALIDA CUENTA DE COBRO	FUNCIONARIO Y/O CONTRATISTA RESPONSABLE
Radicacion en la Oficina Asesora Jurídica			02-06-26 5:00 Andrea Duarte		
Reparto revisión abogado Oficina Asesora Jurídica					03/06/26 11:00 am Juan Hoyos
Revisión y firma Jefe Oficina Asesora Jurídica				03-06-2026 OK	
Entrada de pedido (SAP) area financiera Oficina Asesora Jurídica					
Radicacion al Despacho Secretario de Hacienda			04 MAY 2026		

RESULTADO
C: Cumple
NC: No cumple

Gobernación de CUNDINAMARCA	LISTA DE CHEQUEO RECEPCIÓN DE DOCUMENTACIÓN CUENTAS DE COBRO	Código: A-GF-FR-079
		Versión: 1
	GESTIÓN FINANCIERA	Fecha de Aprobación: 31/may/202

NOMBRE DE LA DEPENDENCIA: Despacho

NÚMERO DE CUENTAS RADICADAS: 2 SH-SA-P3-369-2026

RESPONSABLE DE LA ENTREGA: OSCAR YESID ESPITIA SANTANA

FECHA :

PARÁMETRO	RESULTADO		SOPORTE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
	C	NC		
¿El formato Recibo a Satisfación se encuentra debidamente diligenciado?	x		FORMATO RAS - A-GC-FR-033 - VERSIÓN 2	
¿Se cuenta con el Informe de Supervisión Electrónico?	x		FORMATO SUPERVISA - A-GC-FR-017- VERSIÓN 3	
¿Se cuenta con el soporte para evidenciar la fecha de creación del Informe de Supervisión Electrónico?	x		PANTALLAZO DE LA FECHA DE GENERACIÓN DEL INFORME DE SUPERVISIÓN	
¿Se cuenta con el informe de actividades realizadas por el contratista correspondiente al periodo a cobrar?	x		INFORME DE ACTIVIDADES	
¿Se cuenta con factura o cuenta de cobro a nombre del contratista?	x		CUENTA DE COBRO O FACTURA ELECTRÓNICA	
¿Se cuenta con soporte o evidencias de las actividades realizadas por el contratista en el periodo a cobrar?	x		SOPORTE DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS (EVIDENCIAS)	
¿El contratista cuenta con el soporte de pago de los aportes al sistema de Seguridad Social?	x		SOPORTE DE PAGO AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL	
¿Se cuenta con la certificación bancaria actualizada para poder realizar el pago?	x		CERTIFICACIÓN BANCARIA ESTADO ACTIVO	
¿Se encuentra cargadada la información que evidencie el cargue de los soportes en la plataforma Secop II?	x		PANTALLAZO SECOP	
¿El contratista anexa otro documento que es necesario para soportar la cuenta de cobro?	x		OTROS	

RESULTADO
C: Cumple
NC: No cumple

Funcionario responsable de realizar la entrega Oscar Yesid Espitia

Funcionario responsable de la recepción

Espacio para Logo Corporativo

CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES
NIT 902.045.636-1
CR 5 ESTE 18 16 LC 205 BALCONES DE SERREZUELA
Tel: 3508446566
Mosquera - Colombia
irispressesas@gmail.com

Factura electrónica de venta
No. FAC 4

Señores	DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA		
NIT	899.999.114-0	**Teléfono**	(601) 7490000
Dirección	CL 26 51 53	**Ciudad**	Bogotá - Colombia

Fecha y hora Factura	
Generación	30/05/2026, 11:46
Expedición	30/05/2026, 15:28
Vencimiento	30/05/2026

Ítem	Descripción	Cantidad	Vr. Total
1	Cuñas radiales nacionales	40.00	76,000,000.00
2	Pantalla digital movistar arena	1.00	32,500,000.00
3	Influencer	2.00	19,119,334.00
4	Evento "Rueda Eléctrica Feest"	3.00	44,166,000.00
5	Cuñas Radiales Regionales	3,975.00	375,637,500.00

Total ítems: 5

Valor en Letras:
Quinientos cuarenta y siete millones cuatrocientos veintidos mil ochocientos treinta y cuatro pesos m/cte

Total Bruto	460,019,188.24
IVA 19%	87,403,645.76
Total a Pagar	547,422,834.00

Forma de pago:
Contado

Medio de pago:
Desembolso Crédito plus (CCD+) - Transferencia $ 547,422,834.00

Observaciones:

A esta factura de venta aplican las normas relativas a la letra de cambio (artículo 5 Ley 1231 de 2008). Con esta el Comprador declara haber recibido real y materialmente las mercancías o prestación de servicios descritos en este título - Valor. **Número Autorización Electrónica 18764109533213 aprobado en 20260507 prefijo FAC desde el número 1 al 999 Vigencia: 24 Meses**
Responsable de IVA - Actividad Económica 7310 Publicidad Tarifa
CUFE: a9fa7a4eb55b0fcba80bd054c9550d87221f2da8caf265463bfb6e3d0cc7ad40f6dc7d9c0d98bcfd2dcaedeac73864a1

Fabricante Software y Proveedor tecnológico: Siigo SAS - Nit 830.048.145-8. Nombre Software: Siigo Nube. Firma electrónica: ver en el XML

INFORME DE SUPERVISIÓN DEL CONTRATO O CONVENIO Nº SH-SA-PS-369-2026

Informe Parcial ___X___ / No. Del Informe 2	Informe Final _____
Periodo del Informe: Del 01.05.2026 hasta el 31.05.2026	
Fecha en la que se rinde el informe :	02.06.2026

1. INFORMACIÓN GENERAL DEL CONTRATO O CONVENIO

Contratista:	CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES
NIT / C.C.:	9020456361
Supervisor:	JOSE GILBERTO HERNÁNDEZ LÓPEZ
Cargo:	ASESOR
Objeto del Contrato o Convenio:	EJECUTAR EL PLAN DE MEDIOS DEPARTAMENTAL QUE MAXIMICE LA VISIBILIDAD, IMPACTO Y DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES SOBRE IMPUESTO AL CONSUMO Y SOBRE VEHICULOS AUTOMOTORES
Fecha de Suscripción de Contrato o Convenio:	11.03.2026
Fecha de Inicio del Contrato o Convenio	12.03.2026
Certificado de Disponibilidad Presupuestal	7100079027
Registro Presupuestal	4600037646
Valor Inicial del Contrato o Convenio	$4,500,000,000
Adición	$0
Vigencia Futura	$0
Pasivo Exigible	$0
Valor Total del Contrato	$4,500,000,000
Plazo de Ejecución Inicial	HASTA EL 31.12.2026
Prorroga No.	0
Plazo de Ejecución Final	HASTA EL 31.12.2026
Fecha De Terminación del Contrato o Convenio	31.12.2026
Suspensión (según aplique)	NO
Fecha De suspensión (si se llevó a cabo)	
Fecha De reinicio (si se llevó a cabo)	
Cesión / Terminación Anticipada	NO
Aseguradora	MUNDIAL DE SERGUROS S.A.
Garantía de Cumplimiento	SI
Póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual	N/A

2. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS:

Porcentaje de avance: 34%

2.1. 8.1. Cumplir con todas y cada una de las obligaciones derivadas del Anexo Técnico No. 1;
8.2. Presentar los reportes y demás registros relacionados en los entregables establecidos en el anexo técnico;
8.3. Establecer contacto con las emisoras comunitarias y comerciales del departamento a fin de continuar con la divulgación y difusión de contenido institucionales en medios regionales entre los cuales están incluidos las páginas web, programas de radio, emisoras e impresos que sean requeridos por la Secretaría de Hacienda, de acuerdo a los requerimientos técnicos que se realicen a través del comité técnico, que circulan en las regiones, en los que se registren las actividades y contenido informativo y noticioso que se originen desde la Secretaría de Hacienda;

8.4. Gestionar las acciones necesarias tendientes a lograr la consecución de las actividades logísticas que incluyan el despliegue operativo y administrativo que vinculen a todos los actores que interactúan en la gestión de las comunicaciones de la Secretaría de Hacienda;
8.5. Atender los requerimientos y solicitudes efectuadas por el Departamento, según los protocolos y plan de comunicaciones que se establezca para la ejecución de los servicios contratados;
8.6. Pagar a los proveedores de acuerdo con los plazos y valores establecidos en las negociaciones comerciales que realice. Las condiciones comerciales que se pacten con los proveedores serán de su responsabilidad y por ningún motivo podrán trasladarse las mismas a la Gobernación de Cundinamarca, ni condicionar el cumplimiento a las condiciones de pago establecidas por el proveedor, tal como lo es el caso de los pagos anticipados;
8.7. Presentar informes mensuales sobre la ejecución del contrato, en los cuales se pueda verificar avance de este y los recursos ejecutados; 8.8. Vigilar y verificar la correcta ublicación de la información en medios de comunicación de acuerdo con los lineamientos dictados por la entidad y garantizando que se difundan estrictamente en cuanto a medios ordenados, horarios solicitados, frecuencia, precios acordados en los respectivos contratos;
8.9. Presentar un informe final de la ejecución del contrato; 8.10. Conservar total confidencialidad sobre la información puesta a su disposición.;
8.11 Las demás inherentes conforme a la naturaleza y alcance del presente contrato, el anexo de las especificaciones y la oferta :

3. PAGOS EFECTUADOS EN EL DESARROLLO DEL CONTRATO O CONVENIO

DOCUMENTO DE PAGO	FECHA	VALOR
3300147094	12.05.2026	$996,600,000

4. BALANCE FINANCIERO DEL CONTRATO O CONVENIO (ESTE PUNTO SOLO APLICA PARA EL INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN)

NO APLICA

5. RENDIMIENTOS FINANCIEROS (ESTE PUNTO SOLO APLICA PARA EL INFORME FINAL DE SUPERVISIÓN)

NO APLICA

6. RESPONSABLE DEL CIERRE DEL EXPEDIENTE DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN (ESTE PUNTO SOLO APLICA EN LOS CASOS DE OBLIGACIONES POSTERIORES A LA LIQUIDACIÓN)

No Aplica

7. RECOMENDACIONES Y OBSERVACIONES

Una vez revisadas todas y cada una de las actividades asignadas para el periodo a certificar se deja constancia que las mismas fueron ejecutadas por el contratista y se autoriza y ordena pagar la suma de 547.422.834 M/CTE, correspondiente a la cuenta de cobro N. 02 del contrato SH-SA-PS-369-2026 del periodo comprendido entre el 1 al 31 de mayo de 2026,

Dr. JOSE GILBERTO HERNANADEZ LOPEZ , Asesor - Secretaria de Hacienda.

JOSE GILBERTO HERNÁNDEZ LÓPEZ
ASESOR

IRIS PRESSE S.A.S
Nit: 901312359-6
irispressesas@gmail.com

IRIS PRESSE

CERTIFICACIÓN DE PAGOS DE SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES PARAFISCALES

ARTICULO 50 LEY 789 DE 2002

En mi condición de Representante Legal, de IRIS PRESSE SAS identificada con Nit 901312359-6 debidamente inscrito en la Cámara de Comercio de me permito certificar que de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en Colombia, los estados financieros de la compañía se ha efectuado el pago por concepto de los aportes correspondientes a los sistemas de salud, pensiones, riesgos profesionales, cajas de compensación familiar, Instituto Colombiano de Bienestar familiar (ICBF) y Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), durante los últimos seis (6) meses. Lo anterior, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002.

Dada en Mosquera, a los 01 días del mes de junio de 2026

Gloria Amparo Zuluaga Montoya
C.C No.39.761.797
Representante Legal



FECHA DE NACIMIENTO 22-SEP-1968

PUERTO BOYACA
(BOYACA)
LUGAR DE NACIMIENTO

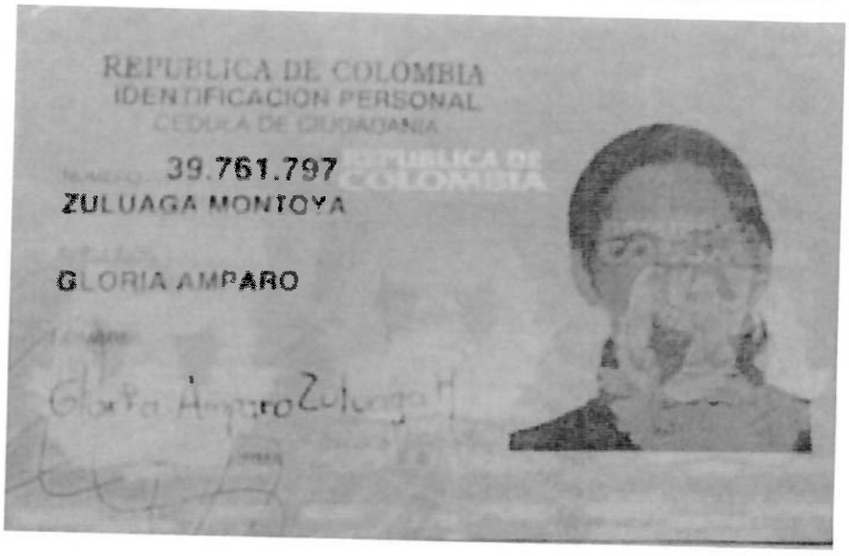
1.64 ESTATURA | A+ G.S. RH | F SEXO

16-AGO-1991 BOGOTA D.C.
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICION

INDICE DERECHO

REGISTRADOR NACIONAL

A-1500150-00201306 F 003761797-20091202 0018563360A 1 29201909



REPUBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACION PERSONAL
CEDULA DE CIUDADANIA

NUMERO 39.761.797
ZULUAGA MONTOYA

GLORIA AMPARO

REPUBLICA DE COLOMBIA

CERTIFICACION PAGO PARAFISCALES

CERTIFICACIÓN DE PAGOS DE SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES PARAFISCALES

ARTÍCULO 50 DE LA LEY 789 DE 2002

Para dar cumplimiento a lo previsto en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, el suscrito Representante Legal, Karol Juliana Barreto Bernal, de la sociedad Umbog Consulting & Services SAS, identificada con NIT No. 901.557.038-9, se permite certificar que la mencionada sociedad ha realizado los pagos legalmente exigibles correspondientes a los sistemas de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, razón por la cual la referida sociedad se encuentra al día en el pago de aportes a seguridad social y aportes parafiscales. Así mismo es válido precisar que la Sociedad que represento no se encuentra obligada a tener revisor fiscal.

Dado en Mosquera - Cundinamarca, a los 01 días del mes de junio de 2026.

Cordialmente,

KAROL JULIANA BARRETO BERNAL
Representante legal
Umbog Consulting & Services S.A.S
umbogcs@gmail.com

REPÚBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACIÓN PERSONAL
CÉDULA DE CIUDADANÍA

NUMERO **1.073.526.241**

BARRETO BERNAL

APELLIDOS

KAROL JULIANA

NOMBRES

FIRMA





ÍNDICE DERECHO

FECHA DE NACIMIENTO **08-DIC-1998**

FUNZA
(CUNDINAMARCA)
LUGAR DE NACIMIENTO

1.65
ESTATURA

O+
G.S. RH

F
SEXO

20-DIC-2016 FUNZA
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICIÓN

REGISTRADOR NACIONAL
ALEXANDER VEGA ROCHA

A-1508800-01293586-F-1073526241-20220430 **0078**975853A 1 8504543631

INFORME DE ACTIVIDADES MAYO 001

EJECUTAR EL PLAN DE MEDIOS DEPARTAMENTAL QUE MAXIMICE LA VISIBILIDAD, IMPACTO Y DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES SOBRE IMPUESTO AL CONSUMO Y SOBRE VEHÍCULOS AUTOMOTORES.

CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES
NIT: 902045636-1

CONTRATO NO. SH-SA-PS-369-2026

JUNIO DE 2026

El presente informe corresponde a las actividades ejecutadas por el CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES en desarrollo del Contrato de Prestación de Servicios No. SH-SA-PS-369-2026, suscrito con el DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA – SECRETARÍA DE HACIENDA, durante el periodo comprendido entre el 1 y el 31 de mayo de 2026.

La ejecución contractual estuvo orientada al desarrollo y fortalecimiento del plan de medios departamental, garantizando la difusión institucional, posicionamiento, divulgación y visibilidad de las campañas relacionadas con el impuesto sobre vehículos automotores y el impuesto al consumo, mediante estrategias de comunicación regional, medios radiales, digitales, impresos y acciones logísticas de apoyo comunicacional.

Asimismo, se logró divulgar con mayor potencia el descuento del 10% en el impuesto de los vehículos matriculados en Cundinamarca, lo que permitió incentivar el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias y generar un impacto positivo en la cultura de pago de los contribuyentes del departamento.

Durante el periodo reportado se desarrollaron actividades técnicas, operativas, logísticas y administrativas encaminadas al cumplimiento del objeto contractual, asegurando cobertura regional, articulación con medios de comunicación y correcta ejecución de las estrategias definidas por la Secretaría de Hacienda de Cundinamarca.

Actividades ejecutadas durante el mes de abril

1) Cuñas radiales Nacionales

En cumplimiento de las estrategias establecidas dentro del Plan de Medios Departamental y atendiendo las directrices impartidas por la supervisión contractual, el CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES gestionó la transmisión de noventa y tres (40) cuñas radiales institucionales de treinta (30) segundos de duración, difundidas a nivel nacional a través de las principales cadenas radiales del país.

La programación y distribución de la pauta radial fue desarrollada conforme a la ficha técnica de medios aprobada, priorizando emisoras con altos índices de audiencia, cobertura regional y posicionamiento nacional, garantizando así una difusión masiva y efectiva de los mensajes institucionales relacionados con el impuesto sobre vehículos automotores del Departamento de Cundinamarca

Las emisiones fueron realizadas en cadenas radiales de amplia trayectoria y reconocimiento nacional, entre ellas Olímpica Stereo, Caracol Radio, Blu Radio y Tropicana, permitiendo alcanzar públicos diversos en diferentes regiones del país.

La estrategia de pauta radial fue estructurada bajo criterios de comunicación masiva,
segmentación de audiencias y repetición estratégica del mensaje, permitiendo fortalecer la recordación institucional y ampliar significativamente el alcance de la campaña tributaria.

MATRIZ DÉ EJECUCIÓN - PLAN DE MEDIOS SECRETARÍA DE HACIENDA - GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA / MAYO DE 2026

CADENA	PROGRAMA	# DE CUÑAS	FECHAS DE EMISIÓN	CUÑAS EMITIDAS
OLÍMPICA	TEMPRANO ES MÁS VACANO	8	5, 6, 7, 25, 26, 26, 27 y 28	8
	PROGRAMACIÓN MUSICAL	9	7,14,15,16, 21, 22 27 y 28	9
BLU RADIO	VOX POPULI	4	6, 7, 26, 27	4
	LA LUCIÉRNAGA.BOGOTÁ.	4	3, 7, 26, 27	4
	HORA 20.NACIONAL	2	4, 7	2
TROPICANA	W 6AM-9AM. BOGOTA.	4	4, 6, 20 y 21 (Franja·6:30am-8:00am)	
	COMO AMANECIO	4	4, 5, 6 y 7	4
	PROGRAMACIÓN MUSICAL	10	13, 20	10
TROPICANA	W 6AM-9AM. BOGOTÁ.	4	4, 6, 20 y, 21	4
	COMO AMANECIO	4	4, 5, 5 y 7 ∪ Bogotá:	4
	PROGRAMACIÓN MUSICAL	10	19, 20	10
			TOTAL EMITIIDAS	40

Aspectos destacados de la ejecución

- Se garantizó la difusión institucional en medios radiales de alta audiencia.
- Se reforzó el posicionamiento y visibilidad de las campañas tributarias.
- Se divulgó con mayor potencia el descuento del 10% en el impuesto de vehículos matriculados en Cundinamarca, incentivando el pago oportuno.
- Se combinó estrategia informativa (noticieros, programas de opinión) con estrategia emocional y popular (programas musicales y humorísticos) para maximizar impacto.

La pauta radial logró una distribución equilibrada entre las principales cadenas del país, garantizando presencia efectiva en distintos segmentos de audiencia y fortaleciendo la cobertura del mensaje institucional. Olímpica concentró la mayor cantidad de emisiones, asegurando una amplia cobertura popular y regional gracias a su programación musical y su alcance nacional. Tropicana y Blu Radio complementaron la estrategia con una diversificación de públicos, alcanzando audiencias juveniles y de opinión, lo que contribuyó significativamente a la recordación del mensaje tributario y al posicionamiento del Departamento de Cundinamarca en diferentes contextos comunicacionales.



Detalle de la Pauta

- Se logró **difusión simultánea** en franjas de alta audiencia (6:00 a 9:00 a.m. y mediodía).
- Se reforzó la **visibilidad del descuento del 10%** en el impuesto de vehículos matriculados en Cundinamarca.
- La combinación de medios permitió **amplificar el mensaje tributario** en diferentes segmentos sociales.

Contenido de la Campaña impuesto sobre vehículos del Departamento de Cundinamarca.

CUÑA 1. Pauta de Información e invitación A los Morosos de impuesto de Vehículos invitándolo a ponerse al día en el pago del impuesto.

¿Tiene deudas del impuesto de vehículos en Cundinamarca?
Llego el momento de ponerse al día, normalice hoy mismo sus obligaciones pendientes de vigencias anteriores y evite cobros adicionales por mora.
Recuerda que cumplir con sus impuestos, contribuye al desarrollo del departamento y permite seguir invirtiendo en vías, educación y bienestar para todos, consulte y pague fácil en www.cundinamarca.gov.co, una campaña de la secretaria de hacienda…secretaria de hacienda, gobernación de Cundinamarca

CUÑA 2. Pauta de Información de descuento a los morosos para que paguen con descuento del 10% el impuesto de vehículo.

Atención propietarios de vehículos en Cundinamarca, la secretaria de hacienda lo invita a pagar su impuesto sobre vehículos de la vigencia dos mil veintiséis y aproveche el diez por ciento de descuento por pronto pago.
Disponible hasta el treinta de mayo, no dejes pasar esta oportunidad de ahorrar y ponerse al día con su departamento, es fácil, descargue y pague su factura en www.cundinamarca.gov.co

CUÑA 3. Llega EXPOLICORES 2026, la feria de licores más grande de Colombia. Un
espacio para conectar, aprender y abrir nuevas oportunidades de negocio.

Este 4, 5 y 6 de junio estaremos en Vive Claro Distrito Cultural. Será el punto de encuentro para productores, comerciantes y amantes de la industria licorera.
La Secretaría de Hacienda estará presente brindando orientación sobre los requisitos para comercializar sus productos en Bogotá y Cundinamarca, promoviendo la legalidad y fortaleciendo el crecimiento del sector.
¡Los esperamos!
Secretaría de Hacienda, Gobernación de Cundinamarca.
Gobernación de Cundinamarca • Secretaría de Hacienda

2) Cuñas radiales regionales

Las cuñas radiales regionales en Cundinamarca tienen un alcance significativo porque se transmiten en emisoras locales y departamentales con alta audiencia, logrando cobertura en zonas urbanas y rurales. Su impacto se mide en la capacidad de llegar a públicos diversos, desde jóvenes hasta adultos, y en reforzar campañas institucionales, sociales o comerciales

Alcance estimado

- Cobertura regional: las cuñas llegan a municipios de Cundinamarca gracias a emisoras locales y repetidoras que amplían la señal.
- Audiencia potencial: entre 1 y 3 millones de oyentes dependiendo de la cadena y la franja horaria.
- Recordación del mensaje: estudios de medios indican que la repetición en diferentes emisoras asegura una recordación del 70–80% en el público objetivo.
- Segmentos alcanzados:
- Adultos de 25–60 años (tributación, institucional).
- Jóvenes y público popular
- Audiencias informadas y de opinión

Las cuñas radiales regionales en Cundinamarca garantizan alta penetración en la población, fortalecen la recordación de mensajes institucionales y comerciales, y son clave para campañas de impacto social y gubernamental.

Durante el período comprendido entre el 01 y el 30 de mayo de 2026 se ejecutó una estrategia de difusión institucional a través de cuñas radiales, en cumplimiento de las obligaciones contractuales establecidas y con la supervisión del contrato. Esta estrategia se diseñó para fortalecer la comunicación con la comunidad objetivo y garantizar el acceso oportuno a la información pública en los municipios de la región.

La pauta alcanzó un total de 3975 cuñas radiales de 30 segundos, distribuidas en más de 60 emisoras regionales y comunitarias, lo que representó aproximadamente 37 horas acumuladas de transmisión efectiva. Gracias a esta cobertura, se logró impactar a una audiencia estimada entre 1,2 y 1,5 millones de oyentes, considerando la penetración promedio de la radio en Cundinamarca, donde entre el 20% y el 25% de la población municipal escucha emisoras locales de manera habitual.

El alcance de la campaña se reflejó en una frecuencia promedio de exposición de 3 a 5 veces por oyente, lo que asegura un nivel de recordación cercano al 75–80%. Este indicador es clave para garantizar el cumplimiento de los objetivos institucionales, especialmente en lo relacionado con la divulgación del impuesto sobre vehículos del Departamento de Cundinamarca, incentivando el pago oportuno y la responsabilidad tributaria de los contribuyentes.

De manera complementaria, las cuñas también promovieron la participación en el evento dirigido a productores y comercializadores de licores, con el propósito de conectar actores del sector, fomentar el aprendizaje y abrir nuevas oportunidades de negocio. Esta acción permitió integrar la comunicación institucional con el fortalecimiento del tejido económico regional, generando un impacto positivo tanto en la gestión pública como en la dinamización empresarial.

En el primer nivel, se destacan las emisoras con mayor volumen de cuñas. El Noticiero Pronto Noticias concentró la pauta más alta con 644 cuñas, asegurando presencia

constante en franjas informativas de alta sintonía. Le siguieron la Emisora San Juan Bautista y Guavio Estéreo, cada una con 70 cuñas, mientras que Radio Auténtica registró 54 cuñas, Toca Estéreo alcanzó 48 cuñas, y La Corraleja Publicidad S.A.S sumó 56 cuñas. Estas emisoras conforman el núcleo de la estrategia, garantizando penetración en públicos urbanos y rurales.

En el segundo nivel, se encuentran emisoras con participación intermedia. Ortiz Apolinar Comunicaciones K.C aportó 45 cuñas, Pokas TV sumó 28 cuñas, y

Caciques Nueva Época registró 10 cuñas. Aunque con menor volumen, estas emisoras complementaron la cobertura en comunidades específicas, reforzando la recordación del mensaje institucional.

El tercer nivel corresponde a las emisoras comunitarias y locales, donde la pauta se distribuyó de manera uniforme con 30 a 44 cuñas por emisora. Entre ellas destacan La Más Bakana, La Voz de Cáqueza, Amigos de Chocontá, Vital ST, Farallones Estéreo, Lenguazaque Estéreo, Sasaima Estéreo, Alegría FM ST, San Juan Estéreo, Catedral FM ST, La Favorita, Luna Estéreo, Sol ST, Ecos del Rosario, Choachí ST, La Paz FM Estéreo, Radio Unilatina, Radio Vilmar, Flandes ST, Chingaza ST, Bacatá ST, Nueva Vida FM ST, Ondas del Fusacatán, Guaduas ST, Guatavita FM ST, La Calera FM, Cristalina Estéreo, Mi Gente Radio, Oasis Estéreo, Pacho ST, Radio Futurama, San Francisco Estéreo, Radio Rumbo, Roca Estéreo, Susa Estéreo, La Exitosa, Shalom Estéreo, Crecer FM Estéreo, Sonora Estéreo, Jazmar Estéreo y Yacopí ST, entre otras. Esta distribución permitió asegurar presencia en comunidades rurales y fortalecer la cobertura territorial.

La pauta radial ejecutada en mayo de 2026 consolidó una estrategia de comunicación multicanal, donde las emisoras principales garantizaron visibilidad masiva y las comunitarias aseguraron penetración territorial. El equilibrio entre ambas permitió alcanzar una cobertura integral y reforzar la recordación del mensaje institucional sobre el impuesto de vehículos

El resultado evidencia una alta eficiencia en la inversión en medios, con más de 3.000 impactos radiales en un solo mes y una presencia sostenida en toda la región de Cundinamarca.

Pauta Radial en Cundinamarca

Impacto de la Campaña en Emisoras Regionales y Comunitarias



PRIMER NIVEL

644
Noticiero
Pronto Noticios

SEGUNDO NIVEL

+143
Emisoras
Intermedias

TERCER NIVEL

30-44
Cuñas por
Emisora Comunitaria

3) Pantalla de Movistar Arena

En el marco de la estrategia de visibilidad institucional, se realizó la publicación de una pieza digital en la pantalla principal del Movistar Arena, durante el evento del grupo musical El Gran Combo de Puerto Rico, llevado a cabo el 22 de mayo.

La pieza publicitaria fue programada desde las 6:00 a.m. y se mantuvo activa con una duración de un minuto durante el día del evento, lo que permitió aprovechar la alta concentración de público y garantizar un impacto significativo en la audiencia.

La elección de este espacio estratégico aseguró una exposición masiva y directa, dado el reconocimiento del Movistar Arena como uno de los escenarios más importantes del país. La pauta digital contribuyó a reforzar la campaña institucional, maximizando la recordación del mensaje y consolidando la presencia del Departamento de Cundinamarca en un entorno de gran visibilidad y prestigio.



El concierto de El Gran Combo de Puerto Rico tuvo un lleno total con más de 14.000 asistentes. El alcance fue masivo, convirtiendo el recinto en una gran audiencia.

- Aforo: Más de 14.000 personas (capacidad completa del recinto)
- Duración del show principal: Más de 2 horas de clásicos salseros.
- Hora de inicio: 10:30 p.m. (tras presentaciones previas de Los Muñecos de la Ciudad y Anddy Caicedo).

La pieza institucional tuvo una duración de 1 minuto por emisión.

- ✓ Se programó con una frecuencia de cada 15 minutos, desde las 6:30 a.m. hasta el cierre del evento.

Indicador	Estimado	Descripción
Audiencia presencial directa	14.000 personas	Todas las personas fuera del recinto tuvieron exposición a las pantallas.
Duración de exposición	Más de 2 horas	Las pantallas estuvieron activas durante todo el concierto, mostrando imágenes, homenajes y visuales.
Frecuencia de impactos	Constante	Las pantallas acompañaron cada canción y transición, reforzando la atención del público.
Recordación del mensaje visual	80–90%	Por el tamaño de las pantallas y la sincronización con momentos emotivos (homenajes, canciones icónicas).
Cobertura indirecta	Redes sociales y medios	Fotografías y videos compartidos por asistentes amplificaron el alcance digital.

La pauta digital en el Movistar Arena se caracterizó por su alta frecuencia de exposición, con más de 60 emisiones en un solo día, lo que garantizó una recordación reforzada del mensaje institucional. La combinación de un público presencial masivo y la amplificación en redes sociales permitió alcanzar más de 160.000 impactos acumulados, consolidando la acción como una de las más efectivas dentro del Plan de Medios Departamental.

La estrategia de repetición cada 15 minutos aseguró que el mensaje estuviera presente en distintos momentos de la jornada, maximizando la probabilidad de ser visto por la totalidad de los asistentes y generando un efecto de alta penetración y visibilidad.

4) Influencer (Redes sociales)

Los influencers concentran actualmente alrededor del 36% de todas las interacciones globales en redes sociales, lo que los convierte en actores centrales de las estrategias digitales de marcas y empresas. Su verdadero alcance no depende solo del número de seguidores, sino de la calidad del engagement, la afinidad con la audiencia y la autenticidad de sus mensajes.

En Cundinamarca, los influencers digitales han adquirido un papel estratégico en la difusión de mensajes institucionales, comerciales y sociales, complementando medios tradicionales como la radio y la prensa regional. Su impacto se refleja en la capacidad de segmentar audiencias locales —jóvenes, adultos y comunidades rurales— mediante plataformas como Instagram, TikTok y Facebook, logrando una conexión más directa y emocional con los ciudadanos. Además, potencian campañas departamentales (tributación) al generar mayor recordación y viralidad que los canales convencionales, y permiten medir resultados en tiempo real a través de métricas de alcance y engagement. En municipios de alta actividad digital, los influencers se han convertido en aliados clave para la comunicación pública y privada, fortaleciendo la visibilidad de iniciativas y aumentando la participación ciudadana.

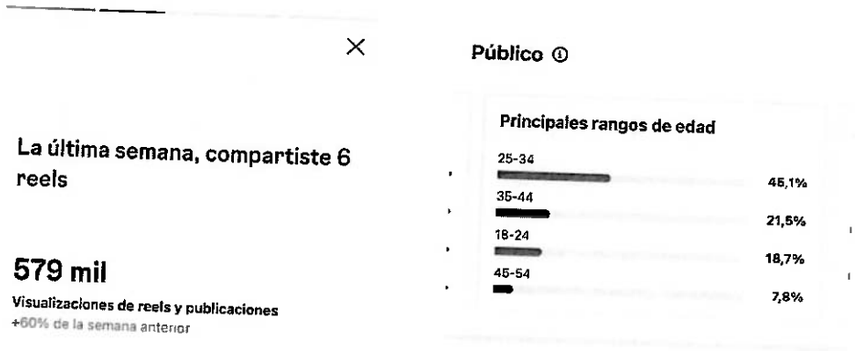
Se priorizo **informes de redes sociales** que midan KPIs como engagement, alcance y sentimiento para evaluar resultados.

La selección de Camila Cano como influencer para la pauta en Cundinamarca representa una decisión estratégica que combina visibilidad nacional y arraigo

regional. Su condición de finalista en el reality musical *A Otro Nivel* le otorga un reconocimiento amplio en medios de comunicación y plataformas digitales, lo que garantiza un alcance significativo más allá de las fronteras departamentales. Esta exposición mediática refuerza su credibilidad y la posiciona como una figura confiable para transmitir mensajes institucionales o comerciales.

En el ámbito regional, su trayectoria artística se ha consolidado gracias a las presentaciones realizadas en diversos municipios de Cundinamarca, lo que le permite conectar de manera directa con las comunidades locales. Este contacto cercano genera legitimidad y fortalece la identificación de la audiencia con los mensajes que ella respalda, convirtiéndola en un puente entre las campañas departamentales y la ciudadanía.

El impacto de Camila Cano se refleja en la capacidad de movilizar tanto a públicos digitales como a audiencias presenciales, logrando una combinación de alcance y recordación que pocas figuras pueden ofrecer. Su perfil híbrido, entre artista reconocida y vocera cercana, la convierte en un recurso valioso para campañas que buscan credibilidad, conexión emocional y amplia difusión en el departamento.
En conclusión, Camila Cano es una influencer con potencial de alto impacto en Cundinamarca, pues integra la visibilidad nacional con la legitimidad territorial, generando un efecto multiplicador en la comunicación de mensajes estratégicos.





Alcance promedio

- 6 Stories en Instagram y Facebook
- Visualizaciones por historia: entre 15.000 y 25.000 en Instagram y Facebook.
- Tasa de interacción (engagement): alrededor del 8–10%, superior al promedio colombiano (5–6%).
- Reacciones y comentarios: entre 1.200 y 2.000 por publicación, especialmente en contenidos musicales y presentaciones en municipios.

Con el apoyo de Angélica Arquejo, quien tuvo un rol clave en la interacción digital y en la promoción de los eventos. Su participación en redes sociales permitió ampliar el alcance de las publicaciones, generando un efecto de refuerzo en la visibilidad de las campañas. Al compartir contenidos relacionados con las actividades y conciertos, Angélica Arquejo contribuyó a incrementar el engagement y a consolidar la recordación de los mensajes difundidos.

En el plano presencial, su apoyo en los eventos fortaleció la conexión con las comunidades locales, aportando legitimidad y cercanía a las iniciativas. La combinación de su interacción digital con la presencia física en actividades permitió que la pauta alcanzara un impacto integral, donde las redes sociales potenciaron la difusión y los eventos consolidaron la participación ciudadana.

En conjunto, la colaboración de Camila Cano y Angélica Arquejo generó un alcance superior al esperado, al unir la visibilidad nacional y regional de Camila con la capacidad de interacción y apoyo comunitario de Angélica, logrando una estrategia de comunicación más sólida y efectiva en Cundinamarca.



5) Evento automovilístico "Rueda Electrica Fest"

Fecha: 7 al 10 de mayo de 2026
Lugar: Centro Comercial Unicentro



El "Rueda Eléctrica Fest" se consolidó como un espacio innovador para promover la movilidad sostenible en Cundinamarca. Durante tres días, el evento reunió a fabricantes, distribuidores, instituciones públicas y ciudadanía en torno a la exhibición y prueba de vehículos eléctricos, motocicletas, bicicletas y soluciones de carga.

Desarrollo de Actividades

- Exhibición de vehículos eléctricos: automóviles, motocicletas y bicicletas de marcas nacionales e internacionales.
- Pruebas de manejo: espacios habilitados para que los asistentes experimentaran la conducción de vehículos eléctricos.

- Charlas técnicas y conferencias: expertos en movilidad sostenible compartieron experiencias y tendencias del sector.
- Zona de innovación: presentación de startups y proyectos locales relacionados con energías limpias y soluciones de carga.
- Actividades culturales y recreativas: conciertos, presentaciones artísticas y espacios familiares para integrar comunidad y tecnología.

Alcance y Participación

- Asistentes estimados: más de 12.000 personas durante los tres días.
- Cobertura territorial: participación de visitantes de municipios como Funza, Mosquera, Soacha, Zipaquirá y Bogotá.
- Impacto digital: más de 150.000 visualizaciones en redes sociales asociadas al evento, con un engagement del 9%.
- Medios aliados: emisoras locales, influencers regionales y prensa departamental que amplificaron la difusión



Durante el "Rueda Eléctrica Fest", se contó con la participación del asesor de la Secretaría de Hacienda, Yesid Peralta, quien desempeñó un papel fundamental en la divulgación de información tributaria relacionada con los beneficios fiscales asociados a la movilidad. A través de un podcast oficial del evento, el doctor Peralta explicó de manera clara y pedagógica los tributos aplicables a los vehículos eléctricos, los incentivos departamentales y las ventajas económicas que ofrece el tener sus vehículos matriculados en Cundinamarca.

Su intervención permitió que los asistentes comprendieran cómo estos beneficios impactan positivamente tanto a los propietarios de vehículos como al desarrollo sostenible del departamento. Además, el formato de podcast facilitó la amplificación del mensaje en redes sociales, alcanzando a públicos más amplios y generando interacción con ciudadanos interesados en temas de movilidad y tributación verde.

Asimismo, la participación del doctor Peralta contribuyó a posicionar a la Secretaría de Hacienda como una entidad innovadora y cercana a la comunidad, capaz de adaptar sus procesos de divulgación a las nuevas dinámicas tecnológicas. Su enfoque pedagógico permitió que los asistentes comprendieran cómo los incentivos tributarios impulsan el uso de tecnologías limpias, fomentando la sostenibilidad ambiental y económica del departamento.



En conjunto, su intervención no solo reforzó el carácter educativo del evento, sino que también consolidó la articulación entre comunicación institucional, tecnología y desarrollo sostenible, convirtiendo al "Rueda Eléctrica Fest" en un referente de divulgación fiscal moderna y participativa en Cundinamarca.

Anexo

Meta Facebook

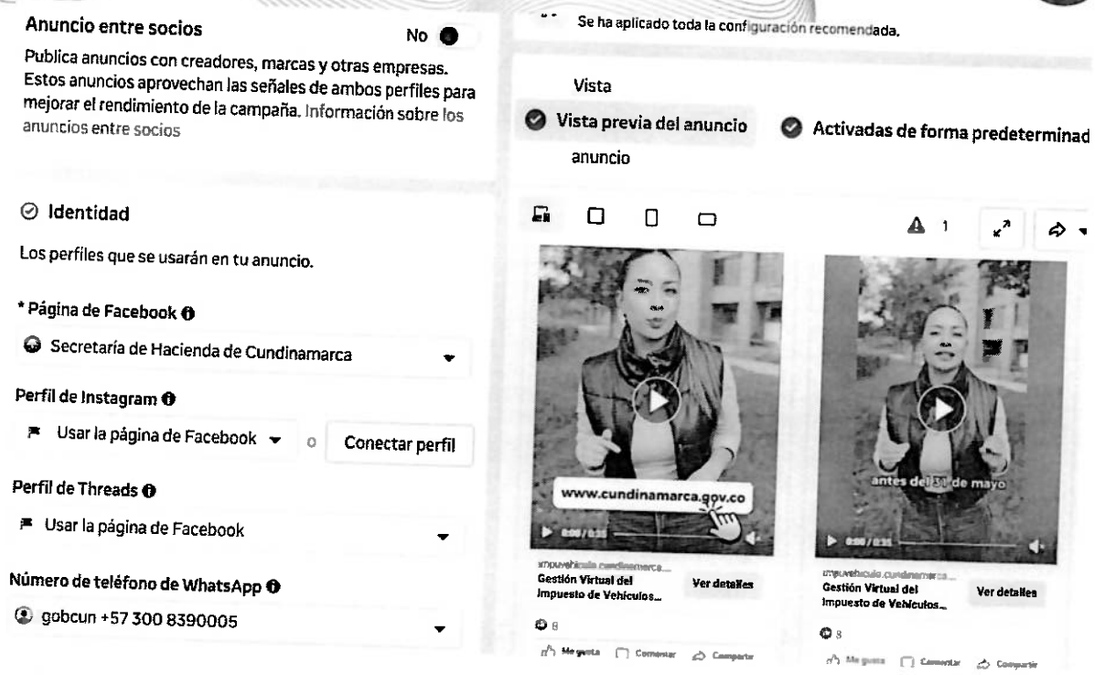
En la primera campaña se registraron 427 visitas a la página. El resultado estuvo acompañado de 16.470 impresiones y un alcance de 12.779 usuarios, lo que evidencia una buena eficiencia en términos de exposición y cobertura. La relación entre visitas y alcance muestra que la campaña logró captar la atención de un público amplio, generando un nivel de interacción sólido.

La segunda campaña alcanzó 444 visitas. En este caso, se obtuvieron 13.472 impresiones y un alcance de 11.287 usuarios. Aunque se logró un número ligeramente mayor de visitas, el coste por cada una fue más alto y el alcance más reducido, lo que indica una menor optimización en la distribución del mensaje.

Al comparar ambas campañas, se observa que la primera fue más eficiente en alcance e impresiones, mientras que la segunda se enfocó en obtener un mayor volumen de visitas, aunque con un coste superior. Estas estrategias son adecuadas para objetivos de visibilidad y reconocimiento de marca y útiles para acciones específicas de captación.

En conclusión, ambas campañas muestran un desempeño positivo, pero con enfoques distintos: una orientada a maximizar la exposición y otra a incrementar las visitas. La recomendación es equilibrar la segmentación y los tiempos de pauta, para mantener altos niveles de alcance sin sacrificar eficiencia en el coste por resultado.





Unificado actividades:

Descripción	Cantidad	Valor
Cuñas radiales Nacionales	40	$76.000.000
Cuñas radiales Regionales	3975	$375.637.500
Pantalla Movistar Arena	1	$32.500.000
Influencer	2	$19.119.334
Evento "Rueda Eléctrica Feest"	3	$44.166.000
TOTAL	4	$547.422.834

KAROL BARRETO BERNAL
Representante legal
CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES

DAVIVIENDA

Banco Davivienda S.A.

CERTIFICACION

MOSQUERA (CUNDINAMARCA), CUNDINAMARCA, 06/05/2026

Por medio de la presente hacemos constar que nuestro cliente **UMBOG CONSULTING & SERVICES SAS** con **NIT 901.557.038-9** posee en el Banco Davivienda:

CUENTA DE AHORROS DAMAS
Número 462100111014

Cordialmente,

BANCO DAVIVIENDA

VIGILADO

Banco Davivienda S.A.
NIT. 860.034.313-7

Gobernación de Cundinamarca	GESTIÓN CONTRACTUAL Y COMPRA PÚBLICA	CÓDIGO: E-GCCP-FR-033
		VERSIÓN: 06
	RECIBO A SATISFACCIÓN Y CERTIFICADO PARA PAGO DE CONTRATOS/CONVENIOS	FECHA: 04/09/2025

El suscrito secretario(a) de despacho, ordenador del gasto o director de unidad certifica que toda la información relacionada a continuación se consultó directamente en los documentos del contrato los cuales se encuentran archivados en el expediente correspondiente. El cumplimiento a satisfacción de las obligaciones del contratista las certifica el supervisor y/o interventor del contrato, al igual que el cumplimiento frente al Sistema de Seguridad Social en Salud, Riesgos Laborales, Pensiones y aportes parafiscales, tal como lo establece el Manual de gestión contractual, sistema de compra pública, supervisión, control y procedimiento sancionatorio del Departamento de Cundinamarca.

FECHA DE EXPEDICIÓN DE LA PRESENTE CERTIFICACIÓN	Día	Mes	Año	FECHA DE INICIO DEL CONTRATO	Día	Mes	Año	FECHA DE TERMINACIÓN (Incluidas adiciones)	Día	Mes	Año
	2	6	2026		12	3	2026		31	12	2026

SECRETARÍA DE DESPACHO O UNIDAD ADMINISTRATIVA	SECRETARÍA DE HACIENDA	SECCIÓN PRESUPUESTAL	1106

CONTRATO N°	PRINCIPAL	ADICIÓN	VIGENCIA FUTURA	PASIVO EXIGIBLE	CONTRATISTA - BENEFICIARIO	CÉDULA O NIT
SH-SA-PS-369-2026	X				CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES	9020456361

DIRECCIÓN	CORREO	TELÉFONO
CRA 5 ESTE 18 16	CONSORCIOPLANDECOMUNICACIONES@GMAIL	3115203598

SOLO SI APLICA EL TERCERO ALTERNATIVO DILIGENCIE LAS DOS SIGUIENTES CASILLAS*	*NOMBRE TERCERO ALTERNATIVO	*CÉDULA O NIT TERCERO
	UMBOG CONSULTING & SERVICES SAS	901557038-9

OBJETO	EJECUTAR EL PLAN DE MEDIOS DEPARTAMENTAL QUE MAXIMICE LA VISIBILIDAD, IMPACTO Y DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES SOBRE IMPUESTO AL CONSUMO Y SOBRE VEHICULOS AUTOMOTORES
CLÁUSULA FORMA DE PAGO ESTABLECIDA EN EL CONTRATO	CLÁUSULA 3 – FORMA DE PAGO. Los pagos se realizarán de manera parcial y periódica a monto agotable, de acuerdo con el avance real y verificable de la ejecución contractual, previa certificación de cumplimiento por parte del supervisor o interventor del contrato. Cada pago estará condicionado a la presentación de los informes de actividades, soportes técnicos, administrativos y financieros que acrediten la correcta ejecución de las obligaciones a cargo del contratista, así como al cumplimiento de los requisitos legales y presupuestales exigidos para el trámite del pago. El DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA – SECRETARÍA DE HACIENDA no asume responsabilidad alguna por la demora que pueda presentarse en dichos pagos y por lo tanto EL CONTRATISTA cumplirá con sus obligaciones y no podrá aducir como justificación alguna para su no realización, de mora en el pago. PARAGRAFO PRIMERO – El contratista para cada uno de los pagos deberá acreditar lo siguiente: i) factura o documento equivalente, acompañada de la certificación de recibido a satisfacción por el (la) Supervisor (a), el certificado de aportes al Sistema Integral de Seguridad Social (Salud, Riesgos Laborales, Pensiones); parafiscales (Sena, ICBF, Aportes Caja de Compensación Familiar) conforme el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, Ley 1122 de 2007, Ley 1150 de 2007, Ley 1562 de 2012, Ley 1607 de 2012, Decreto 723 de 2013, Decreto 1273 de 2018 y demás normas que reglamenten la materia. ii) el informe detallado donde se evidencie el cumplimiento de las actividades correspondientes con el soporte de las gestiones adelantadas para la ejecución de la misma, en el caso de estrategias de comunicación se debe aportar las certificaciones de emisión de pauta, en medio digital audios de las cuñas o formatos emitidos en radio, copia de los medios escritos en los cuales se haya hecho presencia, soportes de la presencia en medios digitales

FONDO DEL PAGO A REALIZAR	3-1500	NOMBRE DEL FONDO	Tasa Vehículos	VALOR DEL PAGO	$547.422.834
PAGO N°	2 DE 9	BANCO	DAVIVIENDA		
CUENTA N°		462100111014		Ahorros	

NOMBRE FUENTE DE FINANCIACIÓN	VALOR	ANTICIPO	VALOR
DEPARTAMENTO	$4.500.000.000	PORCENTAJE DEL ANTICIPO	0%
		VALOR ANTICIPADO	$0
		VALOR DEL ANTICIPO	$0
		AMORTIZACIÓN ANTICIPO	$0
ADICIÓN DEPARTAMENTO	$0	AMORTIZACIÓN ANTICIPO ACUMULADO	$0
		SALDO AMORTIZACIÓN	$0
		VALOR BRUTO A PAGAR	$547.422.834
		V/R TOTAL PAGOS REALIZADOS	$1.544.022.834
TOTAL	$4.500.000.000	SALDO POR EJECUTAR	$2.955.977.166

REGISTRO PRESUPUESTAL QUE AFECTA ESTA CUENTA

DÍA	MES	AÑO	NÚMERO DE RPC
12	3	2026	4600037646

CERTIFICACIÓN DE PAGOS APORTES SEGURIDAD SOCIAL

DÍA	MES	AÑO	NÚMERO DE PLANILLA / PERSONA QUE CERTIFICA
1	6	2026	GLORIA AMPARO ZULUAGA MONTOYA

EL CONTRATISTA CUMPLIÓ A SATISFACCIÓN CON EL OBJETO DEL CONTRATO/CONVENIO			FECHA DEL ÚLTIMO REPORTE DEL CONTRATO EN EL APLICATIVO SUPERVISA	Día	Mes	Año	# INFORME SUPERVISA	PERIODO A CERTIFICAR	Del Día	Del Mes	Del Año	Al Día	Al Mes	Al Año
	SI	X		2	6	2026	2		1	5	2026	31	5	2026
	NO													

NOVEDADES AL CONTRATO	Suspensión		Cesión		Terminación Anticipada		Cambio de supervisión		Embargo		No aplica	X

OBSERVACIONES (si se requiere)	CESION DE DERECHOS ECONOMICOS

SUPERVISOR/INTERVENTOR		ÁREA JURÍDICA Y/O CONTRATACIÓN		ORDENADOR DEL GASTO	
NOMBRE:	JOSE GILBERTO HERNÁNDEZ LÓPEZ	NOMBRE:	MONICA ESPERANZA CORTES BRICEÑO	NOMBRE:	LUIS ARMANDO ROJAS QUEVEDO
CARGO Y DEPENDENCIA	ASESOR	CARGO Y DEPENDENCIA	JEFE OFICINA ASESORA JURIDICA (E)	CARGO Y DEPENDENCIA	SECRETARIO DE HACIENDA
FIRMA:		FIRMA:		FIRMA:	

Departamento de Cundinamarca
Estampillas Departamentales

Bienestar del Adulto Mayor	$9,200,000
Pro-Cultura	$4,600,000
Pro-Desarrollo Departamental	$9,200,000
Pro-Hospitales	$9,200,000
Pro Electrificación Rural	$920,000
Pro-Universidad Cundinamarca (UDEC)	$6,900,000
Tasa pro-deporte	$0

$40,020,000

Nombre: CONSORCIO PLAN DE COMUNICA
NIT: 9020456361

3300150816

Gobernación de Cundinamarca

Formato GF-006
Documento de Pago No.3300150816

Clase Documento	RE Factura LogisticaMM	**Fecha de Contabilización:**	04.06.2026
Referencia Del Documento:	PAGO 2 DE 9	**Fecha Impresión de Factura:**	04.06.2026
Centro Gestor:	1106	**Nombre de la Dependencia:**	SECRETARÍA HACIENDA
Fondo:	3-1500	**Nombre del Fondo:**	Tasa Vehículos
Verificado por:	RJRODRIGUEZ	**Documento RPC:**	4600037846
NIT del Tercero:	9020456361	**Código del Tercero:**	2200006335
Nombre del Tercero:	CONSORCIO PLAN DE COMUNICACIONES		

Nombre del Alternativo: UMBOG CONSULTING & SERVICES SAS

Descripción: SH-369-2026 DEL 1 AL 31 MAY-2026 FEV.4

VALOR BRUTO FACTURA: QUINIENTOS CUARENTA Y SIETE MILLONES CUATROCIENTOSVEINTIDOS MIL OCHOCIENTOS TREINTA Y CUATRO PESOS $ 547.422.834

Posición	Cuenta	Clave	Texto breve cuenta	PosPre	Valor
001	2490550000	31	Servicios	XACREEDOR/DEUDOR	459.946,834-
002	5507060606	81	Progra Fiscalización	2320202008	286.733.332
003	5507060606	81	Progra Fiscalización	2320202008	260.689.502
004	2440800009	50	Est. Adulto Mayor	XRETENCION/DEDUCCION09	9.200.000-
005	2440800010	50	Tasa Prodeporte y Re	XRETENCION/DEDUCCION09	11.500.000-
006	2436270000	50	Rte ICA Compras	XRETENCION/DEDUCCION08	4.444.000-
007	2440800003	50	Est. Procultura	XRETENCION/DEDUCCION09	4.600.000-
008	2440800001	50	Est. Prodesarrollo	XRETENCION/DEDUCCION09	9.200.000-
009	2440800002	50	Est. Proelectrificac	XRETENCION/DEDUCCION09	920.000-
010	2440800004	50	Est. Prohospitales	XRETENCION/DEDUCCION09	9.200.000-
011	2436250000	50	IVA Retenido	XRETENCION/DEDUCCION08	13.111.000-
012	2436050000	50	Servicios	XRETENCION/DEDUCCION09	18.401.000-
013	2440800007	50	Est. U. Cundinamarca	XRETENCION/DEDUCCION09	6.900.000-

DESCUENTOS Y/O DEDUCCIONES:

Nombre del Descuento efectuado	Base Gravable aplicada	Vr del Descuento y/o Deducción
Estampilla Bienestar del Adulto Mayor - Bienestar del Adulto Mayor 2%	460.019.188	9.200.000-
Pro Deporte y Recreación 2.5% - Pro Deporte y Recreación 2.5%	460.019.188	11.500.000-
Reteica Actividades de Servicios - Ret. ICA Svc Demás Activ Svcs 9,66xm	460.019.188	4.444.000-
ProCultura (Con Cuantía) Estampilla - ProCultura (Con Cuantía) 1%	460.019.188	4.600.000-
ProDesarrollo Estampilla - Prodesarrollo 2%	460.019.188	9.200.000-
Proelectrificación Estampilla Monto Fijo - ProElectrificación rural del 0.2%	460.019.188	920.000-
ProHospitales Estampilla - ProHospitales 2%	460.019.188	9.200.000-
Retención IVA bienes/servicios - Ret. IVA Servicios Reg. Común 15%	87.403.646	13.111.000-
Retención Servicios Generales - Ret. Servicios Generales Declar 4%	460.019.188	18.401.000-
Universidad de Cundinamarca. - Universidad de Cundinamarca 1.5	460.019.188	6.900.000-

VALOR DESCUENTOS: $ 87.476.000

VALOR NETO A PAGAR: CUATROCIENTOSCINCUENTA Y NUEVE MILLONES NOVECIENTOS CUARENTA Y SEIS MIL OCHOCIENTOS TREINTA Y CUATRO PESOS $ 459.946.834

LUIS ARMANDO ROJAS QUEVEDO
ORDENADOR

Reviso y aprobó:
Yeimy Yadira Cañón Salazar
Directora Financiera de Contab