FICHA TÉCNICA SOLICITUD DE COTIZACIÓN

REALIZAR UN ESTUDIO DE MARCA A NIVEL NACIONAL, PARA MEDIR EL POSICIONAMIENTO Y CONOCIMIENTO DEL FNG.

BOGOTÁ, SEPTIEMBRE, 2026

PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS ESPECIALIZADOS PARA EL DISEÑO, APLICACIÓN, ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE UN ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO DE MARCA DEL FONDO NACIONAL DE GARANTÍAS S.A. - FNG, CON EL FIN DE MEDIR EL NIVEL DE CONOCIMIENTO, PERCEPCIÓN, RECORDACIÓN, REPUTACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA ENTIDAD ENTRE SUS GRUPOS DE INTERÉS, ASÍ COMO IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE FORTALECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y MARCA INSTITUCIONAL

Descripción de la necesidad:

El Fondo Nacional de Garantías – FNG S.A. es una sociedad anónima de carácter mercantil, de economía mixta y descentralizada del Orden Nacional, cuya creación fue autorizada mediante el Decreto 3788 del 29 de diciembre de 1981. Es una entidad descentralizada por servicios con personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa.

El Fondo Nacional de Garantías S.A. es la entidad a través de la cual el Gobierno Nacional busca facilitar el acceso al crédito para trabajadores independientes, micro, pequeñas, medianas, grandes empresas y hogares colombianos, mediante el otorgamiento de garantías. Adicionalmente, el FNG respalda préstamos destinados a financiar la adquisición de viviendas de interés social. Para acceder a la garantía del FNG, la empresa o persona interesada debe acudir al intermediario financiero ante el cual vaya a solicitar el crédito, donde se le brindará la información requerida y se atenderán todos los trámites relacionados con la garantía.

Así las cosas, la Subdirección de Mercadeo y Comunicaciones, en el marco de su estrategia de comunicación 360°, tiene como propósito promover y divulgar los productos y servicios de la Entidad, con el fin de que micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, trabajadores independientes y ciudadanía en general, conozcan las diferentes líneas de garantía disponibles, accedan al financiamiento y, de esta manera, impulsen la reactivación de sus negocios o adquieran vivienda propia. Para ello, el FNG utiliza tanto sus canales de comunicación institucionales como la red de intermediarios financieros.

En este contexto, el FNG requiere identificar el nivel de reconocimiento y posicionamiento de marca alcanzado en el mercado durante el año 2026. Este estudio permitirá medir la percepción que la sociedad tiene sobre la Entidad, establecer la capacidad de la población para reconocer la marca a través de distintos factores, y determinar si los ciudadanos conocen qué es el FNG, cuál es su misionalidad y cuáles son los productos y servicios que ofrece.

Cabe resaltar que, durante el año 2026, el FNG ha desarrollado diversas acciones de promoción y divulgación, tales como la organización y participación en eventos, así como la implementación de estrategias de presencia de marca en escenarios presenciales, medios tradicionales y plataformas digitales. Estas acciones no solo permiten posicionar al FNG como líder en acceso al crédito a través de garantías, sino también dar a conocer sus productos y servicios.

Aunado a lo anterior, es importante indicar que el estudio de posicionamiento se encuentra directamente relacionado con las actividades de promoción, divulgación y desarrollo de la gestión comercial del negocio de garantías, toda vez que dicho estudio permitirá conocer la percepción actual que tienen los diferentes grupos de interés sobre el FNG, su propuesta de valor y sus servicios.

Esta información constituye una herramienta estratégica que facilita el diseño e implementación de acciones orientadas a fortalecer el reconocimiento y posicionamiento de la marca institucional en el mercado, lo cual redunda en una mayor efectividad de las estrategias comerciales del FNG, permitiendo ampliar su cobertura y profundizar su rol como facilitador del acceso al financiamiento mediante el otorgamiento de garantías.

En ese sentido, el estudio de posicionamiento de marca no es un fin en sí mismo, sino un insumo clave para potenciar la gestión comercial de la entidad, en línea con su objeto misional y sus objetivos estratégicos.

Así las cosas, se hace necesario contar con un proveedor que garantice las más altas calidades para la realización del estudio de posicionamiento de marca institucional, que cuente con el personal idóneo para llegar a las regiones en las que se consultará a los colombianos con el fin de que el análisis arrojado sea ajustado a la realidad y permita

que el FNG, tome las acciones pertinentes para fortalecer la presencia en regiones donde la promoción y divulgación de las garantías requiera un mayor esfuerzo. Básicamente, el estudio de posicionamiento se configura como la herramienta por excelencia para medir la estrategia de promoción y divulgación de las garantías.

En consecuencia, se hace necesario realizar un estudio de posicionamiento de marca, que permita evaluar los resultados de las estrategias implementadas y establecer insumos para fortalecer la gestión comunicacional de la Entidad.

Objeto:

Prestar los servicios especializados para el diseño, aplicación, análisis y presentación de un estudio de posicionamiento de marca del Fondo Nacional de Garantías S.A. - FNG, con el fin de medir el nivel de conocimiento, percepción, recordación, reputación y posicionamiento de la Entidad entre sus grupos de interés, así como identificar oportunidades de fortalecimiento de la estrategia de comunicación y marca institucional.

Características Técnicas de la Contratación

El Contratista, en desarrollo del objeto contractual deberá realizar un estudio de posicionamiento de marca a nivel nacional, para medir el posicionamiento del FNG, para lo cual deberá desarrollar las siguientes actividades:

- Diseño de instrumento de investigación
- Cuestionario estructurado con preguntas abiertas (máximo 20%) y cerradas (mínimo el 80%)
- Duración del cuestionario: 15 minutos
- Montaje y programación de instrumentos
- Recolección hasta el entregable final
- Disponer de personas idóneas (en las ciudades) para aplicar el instrumento
- Correr con los gastos de traslado y logística, a las ciudades definidas
- Aplicación del instrumento a hombres y mujeres mayores de 18 años económicamente activos, de todos los niveles socioeconómicos

El contratista deberá realizar el análisis e interpretación de la información recolectada y presentar los hallazgos, conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.

Se deberá aplicar 200 cuestionarios interactivos (utilización de elementos de apoyo) utilizados en cada ciudad, para un total de 2.000 cuestionarios, aplicados de la siguiente manera:

Ciudad	Muestra	Nivel de confianza	Margen de error
Bogotá	200	95%	4.9%
Medellín	200	95%	4.9%
Cali	200	95%	4.9%
Bucaramanga	200	95%	4.9%
Ibagué	200	95%	4.9%
Armenia	200	95%	4.9%
Pereira	200	95%	4.9%
Cartagena	200	95%	4.9%

Pasto	200	95%	4.9%
Barranquilla	200	95%	4.9%
Total	2.000		1.5%

Nota: El término "cuestionario interactivo" hace referencia al instrumento de recolección de información aplicado mediante herramientas digitales, tales como dispositivos móviles o tabletas, que permiten registrar las respuestas de los participantes de forma inmediata, asegurando mayor calidad en la captura de la información, trazabilidad de los datos y eficiencia en su procesamiento y análisis posterior.

Entregables (si aplica)

- Documento metodológico del estudio
- Cuestionario estructurado con preguntas abiertas (máximo 20%) y cerradas (mínimo el 80%)
- Un informe de resultados y visualizador de inteligencia de negocios (Power BI o Tableau)
- Elaborar una presentación de resultados
- Base de datos consolidada de los resultados obtenidos
- Socialización de resultados ante el Fondo Nacional de Garantías

Obligaciones

El Contratista se obliga a dar cumplimiento a los servicios mínimos, así:

1. Realizar la aplicación de la encuesta de manera cuantitativo y de forma presencial
2. Diseñar el cuestionario el cual deberá someterse para la aprobación de la supervisión del contrato, de acuerdo con las características técnicas definidas en el contrato.
3. Realizar la investigación y la aplicación de 200 instrumentos de investigación en cada una de las ciudades socializadas en ofertada presentada: Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga, Barranquilla, Ibagué, Armenia, Pereira, Cartagena y Pasto para un total de 4.000 encuestas, de acuerdo con las características de la oferta presentada por EL CONTRATISTA y detallada en las características técnicas del presente contrato.
4. Garantizar la total cobertura de los gastos de traslado y logística del personal que realizará la aplicación de instrumentos de investigación en las ciudades definidas y establecidas en las características de la oferta presenta por EL CONTRATISTA.
5. Entregar al FNG un informe de resultados y visualizador de inteligencia de negocios (Power BI o Tableau) según las características técnicas de la oferta presenta por EL CONTRATISTA.
6. Realizar la revisión y el análisis de la información recolectada para la elaboración de la presentación de resultados.
7.
8. Las demás que se desprendan de la ejecución del objeto contractual.

Documentos Técnicos

El proponente deberá anexar:

- Propuesta metodológica.

- Cronograma de trabajo.
- Propuesta económica detallada.
- Portafolio de servicios.
- Experiencia específica en estudios de mercado, posicionamiento de marca, reputación corporativa o investigaciones similares.
- Certificaciones de ejecución de contratos relacionados.
- Hoja de vida del equipo de trabajo propuesto.
- Certificado de existencia y representación legal (persona jurídica) o documento equivalente.
- RUT vigente.

Equipo De Trabajo

EL CONTRATISTA deberá contar como mínimo con el siguiente equipo:

- Director del proyecto
- Especialista en investigación de mercado
- Analista de información
- Personal idóneo para la aplicación del instrumento en las diferentes ciudades

Requisitos adicionales para la presentación de la cotización

El cotizante deberá incluir dentro de su formato de cotización membretado la información que se relaciona a continuación:

1. Presentación de la empresa y los bienes o servicios que ofrece.
2. Trayectoria o experiencia asociada con el objeto a contratar.
3. Propuesta de ejecución o entrega del bien o servicio, teniendo en cuenta los requisitos técnicos y/o entregables requeridos por el área técnica.
4. La cotización deberá estar firmada por el representante legal de la entidad.
5. La propuesta deberá indicar la vigencia de la cotización. (se sugiere un plazo de 60 días)
6. El valor de la cotización deberá presentarte bajo las condiciones requeridas por el FNG.

El valor de la cotización deberá presentarse el formato que se relaciona a continuación:

ITEM	DESCRIPCIÓN DEL BIEN Y/O SERVICIO	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Prestar los servicios especializados para el diseño, aplicación, análisis y presentación de un estudio de posicionamiento de marca del Fondo Nacional de Garantías S.A. - FNG, con el fin de medir el nivel de conocimiento, percepción, recordación, reputación y posicionamiento de la Entidad entre sus grupos de interés, así como identificar oportunidades de	1		

	fortalecimiento de la estrategia de comunicación y marca institucional.			
			Subtotal	
			IVA (Si aplica)	
			Valor Total	

Nota 1: Los valores relacionados, deberán incluir todos los impuestos, tasas y demás contribuciones a las que haya lugar.

Nota 2: El valor cotizado deberá incluir todas las condiciones técnicas requeridas por el FNG.

Plazo estimado de ejecución

El plazo estimado de ejecución será hasta **el 15 de diciembre del 2026.**

Forma de pago

Se realizarán un único pago de acuerdo con los servicios y/o productos efectivamente prestados, previo cumplimiento del objeto del contrato y recibo a satisfacción por parte del supervisor, en un plazo de 30 días calendario una vez esté radicada la factura y pagos de ley por parafiscales por parte del proveedor.

Nota: La forma de pago será validada por el FNG de acuerdo con las condiciones propias del bien o servicio a contratar y procesos internos de la Entidad.

Tamaño de la Empresa

El cotizante deberá marcar con una X el tamaño de la empresa a la cual pertenece, de acuerdo con lo indicado en la cámara de comercio.

Tipo de Empresa	Tamaño
Microempresa	
Pequeña	
Mediana	
Grande	

Manifestación Conflicto de Interés

El Representante Legal de la empresa cotizante deberá responder SI o NO a las siguientes preguntas teniendo en cuenta que la información a suministrar corresponde a su situación vigente al momento del diligenciamiento de la presente ficha técnica de solicitud de información.

1. ¿Está vinculado actualmente como accionista, representante legal, miembro de junta directiva, administrador o empleado del FNG? **Si** _____ No ____
2. ¿Tiene algún tipo de vínculo o relación comercial o de negocios con sociedades o empresas (jurídicas o naturales) que tengan alguna relación legal, comercial o contractual con el FNG? **Si** _____ No ____

3. ¿Tiene algún tipo de vínculo o relación de familiar (consanguinidad o afinidad) o personal con administradores, accionistas o empleados de sociedades o empresas (jurídicas o naturales) que tengan alguna relación legal, comercial o contractual con el FNG? Si_____ No_____
4. ¿Tiene alguna relación de tipo personal, comercial o de negocios con algún funcionario o colaborador o miembro de junta directiva vinculado con el FNG? Si__ No__
5. ¿Mantiene alguna relación contractual, legal o comercial con el FNG o con algún tercero vinculado al FNG? Si ____ No __

Inhabilidades e Incompatibilidades

El Representante Legal de la empresa cotizante deberá responder SI o NO a las siguientes preguntas teniendo en cuenta que la información a suministrar corresponde a su situación vigente al momento del diligenciamiento de la presente ficha técnica de solicitud de información.

1. Ni representante legal , ni la empresa que representa, ni sus socios tienen ninguna inhabilidad, incompatibilidad o conflicto de interés que les impida contratar con el FNG, de acuerdo con lo establecido en la Constitución Política, los artículos 8° y 9° de la Ley 80 de 1993, la Ley 1474 de 2011 y demás normas concordantes, así como el Código de Ética y Buen Gobierno Corporativo publicado en la página Web de la Entidad. Si ____ No __
2. Ni representante legal, ni la empresa que representa, ni sus socios aparecen en listas nacionales o internacionales relacionadas con lavado de activos. Si ____ No __
3. Ni representante legal, ni la empresa que representa, ni sus socios están registrados en el sistema de sanciones e inhabilidades de la Procuraduría General de la Nación ni en el boletín de responsables fiscales de la Contraloría General de la República. Si ____ No __

Análisis del Sector (Apoyo Dirección de Contratación)

Objetivo: Orientar al equipo estructurador en el levantamiento de información económica y comercial para justificar las condiciones del proceso de contratación, garantizar la pluralidad de oferentes y mitigar riesgos contractuales.

1. Contexto Macroeconómico y Aspectos Técnicos

- **Identificación del Mercado**:
  - **Instrucción:** Identifique y describa el mercado o sector económico al que pertenece el objeto contractual, considerando las actividades económicas, la oferta disponible, los principales actores, la dinámica de competencia y las características técnicas del bien o servicio requerido.
- **Dinámica Comercial:**

- **Instrucción:** Explique cómo opera la cadena de valor. Identifique si el Estado compra directamente al productor, a distribuidores autorizados o a intermediarios minoristas.
- **Detalle:** Precise si la logística de entrega o prestación del servicio genera costos adicionales.

- **Indicadores Económicos de Impacto**:

  - **Instrucción:** Identifique y registre las variables macroeconómicas que afectan de manera directa la estabilidad del precio del objeto a contratar.
  - **Detalle:** Citar la fuente oficial (ej. DANE, Banco de la República). Incluya variables como: Tasa Representativa del Mercado (TRM), Índice de Precios al Consumidor (IPC), Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (SMMLV) o variaciones en el costo de combustibles.

2. Estudio de la Oferta (Estructura de Mercado)

- **Nivel de Competencia**:

  - Instrucción: Determine la concentración de la oferta en el mercado.
  - Detalle: Clasifique el sector según corresponda: Monopolio (un solo proveedor), Oligopolio (pocos proveedores con alta cuota de mercado) o Competencia Perfecta/Plural (múltiples proveedores en igualdad de condiciones).

3. Normatividad aplicable

- Ley 2069/20- Decreto 1860 de 2021 Participación en el Mercado empresas MiPymes
- Ley 2069/20- Decreto 1860 de 2021 Participación en el Mercado Emprendimientos y Empresas de Mujeres
- Ley 618/2026 Participación en el Mercado Emprendimientos y Empresas de Personas en Condición de Discapacidad.

_____

Nombre del Representante Legal
C.C.
Sociedad que representa
NIT: