

## **ANÁLISIS DEL SECTOR PARA CONTRATACIÓN POR LICITACIÓN PÚBLICA**

### **1. OBJETIVO DEL ESTUDIO:**

De conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015 y los lineamientos establecidos por la Agencia Nacional “Colombia Compra Eficiente”, el Consejo Nacional Electoral a través del diseño e implementación de mecanismos eficientes y oportunos de vigilancia, inspección y control de la actividad electoral en Colombia y de la protección de los derechos de los actores electorales, procede a efectuar el presente análisis del sector, como parte de la etapa de planeación del proceso contractual en referencia.

La etapa de planeación debe ser acorde a la Ley, para evitar a futuro posibles riesgos contractuales y pérdidas para la Entidad Estatal. En términos generales, planeación es “la elección de gestiones, objetivos, estrategias, lineamientos, esquemas y procedimientos para lograr éstos a partir de la adopción de un conjunto de medidas, así como la selección de un curso de acción entre varias alternativas.”

Las Entidades Estatales deben entender claramente cuál es su necesidad y cómo pueden satisfacerla, por lo cual, deben conocer y entender cómo y con quién pueden establecer la relación que permite satisfacer la necesidad identificada.

Para el efecto es necesario que las Entidades Estatales conozcan el contexto en el cual los posibles proveedores desarrollan su actividad.

Con base en lo anterior, se realiza el siguiente análisis del sector teniendo como base el objeto del contrato y la necesidad de la entidad que conlleva a contratar a una persona natural o jurídica que esté en condiciones de desarrollar el objeto del contrato.

El análisis del sector permite establecer el contexto del Proceso de Contratación y se encuentra relacionado con el comportamiento de la economía, el flujo del dinero, bienes y servicios, tanto a nivel nacional, como local. Es tanto cuantitativo como cualitativo, su evolución histórica, y sus tendencias, permiten identificar las características del mercado en el que compete.

#### **1.1. Objeto para contratar:**

**OBJETO:** Prestar los servicios para la negociación, programación, monitoreo, verificación y documentación de los espacios en medios de comunicación social del Estado y en medios que hacen uso del espectro electromagnético, en favor de las organizaciones políticas declaradas en oposición en el nivel nacional, en cumplimiento de la Ley 1909 de 2018 y de su reglamentación

#### **1.2. Alcance del objeto**

En cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 1909 de 2018 – Estatuto de la Oposición, corresponde al Consejo Nacional Electoral garantizar a las organizaciones políticas el acceso a medios de comunicación social del Estado y a aquellos que hacen uso del

espectro electromagnético, mediante la asignación de espacios destinados al ejercicio efectivo de este derecho fundamental.

Para tal efecto, el contratista deberá prestar los servicios para la planeación operativa, negociación, compra, programación, monitoreo, verificación y documentación de los espacios en medios de comunicación requeridos por el Consejo Nacional Electoral, gestionando la emisión de los minutos que el CNE asigne a las organizaciones políticas declaradas en oposición con cargo a los recursos del contrato —estimados en treinta (30) minutos por cada canal de televisión y treinta (30) minutos en Radio Nacional de Colombia durante el plazo de ejecución, según los precios de referencia del estudio de mercado—, de conformidad con la distribución que determine la Entidad y con las disposiciones establecidas en la Ley 1909 de 2018 y demás normas que la reglamenten, modifiquen o adicionen.

La ejecución del contrato comprenderá la compra, programación, monitoreo, verificación y documentación de los espacios en medios de comunicación social del Estado y en medios que hacen uso del espectro electromagnético, incluyendo, entre otras actividades, la identificación de medios idóneos, la reserva y programación de espacios, la coordinación operativa con los medios de comunicación, el seguimiento a las emisiones, la certificación de la pauta efectivamente transmitida y la presentación de los soportes e informes que permitan corroborar el cumplimiento de las obligaciones legales y contractuales.

En desarrollo del contrato, el Consejo Nacional Electoral suministrará la distribución de tiempos y espacios que corresponda a cada organización política declarada en oposición.

Con base en dicha distribución, el proveedor del servicio deberá gestionar la emisión de los espacios asignados en los diferentes medios de comunicación, garantizando el cumplimiento de las condiciones de cobertura, oportunidad, calidad y trazabilidad requeridas por la Entidad.

Sin perjuicio de los treinta (30) minutos mensuales mínimos establecidos en el Estatuto de la Oposición, el Consejo Nacional Electoral podrá autorizar la asignación de espacios adicionales, siempre que exista disponibilidad presupuestal y se garantice previamente el cumplimiento de las obligaciones mínimas previstas en la normatividad vigente.

El contratista seleccionado actuará exclusivamente para la gestión integral de los espacios definidos por el Consejo Nacional Electoral, sin facultad para modificar la distribución de tiempos, organizaciones beneficiarias ni condiciones fijadas por la Entidad.

Es importante anotar en este punto que, el artículo 112 de la Constitución Política modificado por el Acto Legislativo No. 1 de 2003 y el artículo 3° de la Ley 1909 de 2018, consagra la oposición política como *"...un derecho fundamental autónomo que goza de especial protección por el Estado y las autoridades públicas"*. Este derecho fundamental se debe garantizar de forma ininterrumpida por el CNE, garantizando que las gestiones administrativas, contractuales y presupuestales se establezcan de forma amplia y en el marco de las condiciones técnicas establecidas en el Estatuto de la Oposición.

## 2. MODALIDAD DE CONTRATACIÓN:

El procedimiento de selección del proponente está sometido a los principios de transparencia, selección objetiva e igualdad de derechos y oportunidades de los que se deriva la obligación de someter a todos los oferentes a las mismas condiciones definidas en la Ley.

Cabe recordar, que los estudios previos forman parte esencial del contrato, como quiera que estos son la fuente de derechos y obligaciones de las partes y elemento fundamental para su interpretación e integración, pues contienen la voluntad de la administración a la que se someten los proponentes durante el proceso de selección y el oferente favorecido durante el mismo lapso y, más allá, durante la vigencia del contrato

El presente proceso de selección de Contratista se adelantará bajo la modalidad de **LICITACIÓN PÚBLICA** de conformidad con lo estipulado en el numeral 1 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, en concordancia con el artículo 2.2.1.2.1.1.2 del Decreto 1082 de 2015, la Ley 1882 de 2018 y la ley 2069 de 2020, en lo aplicable, como regla general de escogencia de contratistas en la contratación pública.

La determinación de la modalidad de selección del contratista se estableció debido a las características y naturaleza del servicio, y en razón a su cuantía, atendiendo las disposiciones del Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.

El presente proceso de selección y el contrato que se llegue a celebrar se registrarán por la ley Colombiana y en especial, por las normas contenidas en la Constitución Política de Colombia, en el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública Ley 80 de 1993 y Ley 1150 de 2007 y sus Decretos Reglamentarios, la legislación tributaria, las Resoluciones internas de la Entidad y demás normas que las modifiquen o adicionen, así como por los documentos que conforman el proceso, el pliego de condiciones, sus anexos, formatos, adendas y demás documentos que sobre la materia se expidan durante el desarrollo del proceso de selección, y en lo que no esté particularmente regulado en ellas, o en este documento, por las normas legales comerciales y civiles vigentes que sean pertinentes.

De la misma forma, y de conformidad con lo establecido en el artículo 13 de la Ley 80 de 1993, a los contratos celebrados por las Entidades Estatales se les aplican las disposiciones comerciales y civiles pertinentes, salvo en las materias particularmente reguladas en la normatividad propia de la contratación estatal.

## 3. CLASIFICACIÓN UNSPSC:

| Segmento | Familia  | Clase    | Producto |
|----------|----------|----------|----------|
| 82000000 | 82100000 | 82101600 | 82101601 |
| 82000000 | 82100000 | 82101600 | 82101602 |
| 82000000 | 82100000 | 82101800 | 82101801 |
| 82000000 | 82100000 | 82101900 | 82101901 |
| 82000000 | 82100000 | 82101900 | 82101902 |
| 83000000 | 83110000 | 83121700 | 83121701 |
| 83000000 | 83110000 | 83121700 | 83121702 |

#### **4. TIPO DE CONTRATO**

De acuerdo con el objeto descrito y la naturaleza jurídica del futuro contratista, se celebrará contrato de prestación de servicios.

#### **5. PLAZO DE EJECUCIÓN:**

El plazo de ejecución del contrato de prestación de servicios será hasta el 28 de diciembre de 2026 o hasta el agotamiento de los recursos asignados, lo que ocurra primero, contado a partir de la suscripción del acta de inicio entre el contratista y el supervisor designado por el Consejo Nacional Electoral.

La ejecución del contrato estará supeditada a la expedición del respectivo registro presupuestal, la aprobación de las garantías exigidas y la verificación, por parte del supervisor del contrato, del cumplimiento de las obligaciones del contratista relacionadas con el Sistema de Seguridad Social Integral y los aportes parafiscales, cuando haya lugar.

#### **6. ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR:**

La actividad económica está dividida en sectores económicos. 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. Su división se realiza de acuerdo con los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos. Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

- Sector primario o sector agropecuario.
- Sector secundario o sector industrial.
- Sector terciario o sector de servicios.

Dichos sectores que se mencionan anteriormente se componen de estas actividades:

**Sector primario o 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 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.

**Sector terciario o 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.

Aunque los sectores anteriormente indicados son aquellos que la teoría económica menciona como sectores de la economía, es común que las actividades económicas se diferencien aún más dependiendo de su especialización. Lo anterior da origen a los siguientes sectores económicos, los cuales son:

1. Sector agropecuario: Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.
2. Sector de servicios: Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.
3. Sector industrial: Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.
4. Sector de transporte: Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.
5. Sector de comercio: Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresito, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.

De acuerdo con lo anterior, se identifica que el sector al que pertenece el presente proceso de contratación es el de servicios o terciario, dicho sector engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores o transformadores de bienes materiales y se dedican a la satisfacción de diferentes necesidades de las personas, son necesarias para el funcionamiento de la economía.

## **7. ANÁLISIS DEL ENTORNO:**

### **7.1. Perspectiva legal:**

#### **7.1.1. Normativa aplicable al proceso de contratación**

La normativa aplicable al proceso de contratación es:

- Ley 80 de 1993: Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.
- Ley 1150 de 2007: Por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con Recursos Públicos.
- Ley 1474 de 2011: Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.
- Decreto 1082 de 2015: Por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector administrativo de planeación nacional.
- Decreto 0618 del 17 de junio de 2026 Por el cual se establece el Plan de Austeridad del Gasto 2026 para los órganos que hacen parte del Presupuesto General de la Nación.

### **7.1.2. Normatividad a la que se someterá el contrato**

- La normativa a la que se someterá el contrato a celebrar es el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, Código Civil y Código de Comercio.

### **7.1.3. Normatividad aplicable al sector al que pertenece el futuro contratista**

- Ley de Protección de Datos Personales: La Ley Estatutaria 1581 de 2012 regula el tratamiento de los datos personales y establece los principios, deberes y derechos para garantizar su adecuado manejo, protección y privacidad. Esto afecta a las agencias de medios en la recolección, almacenamiento y uso de información de los usuarios en sus estrategias publicitarias.
- Normativas de Publicidad: Existen regulaciones específicas sobre la publicidad en diferentes medios, como televisión, radio, internet y vallas publicitarias. Estas normativas, dictadas por entidades como la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, conforme a la Ley 1978 de 2019 (la Comisión Nacional de Televisión fue liquidada), establecen límites en términos de contenido, horarios, etiquetado, entre otros aspectos.
- Autorregulación Publicitaria: El Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONARP) es un órgano autorregulatorio que vela por el cumplimiento ético de la publicidad en Colombia. Las agencias de medios deben seguir sus códigos y resoluciones para mantener estándares éticos en sus campañas.
- Normativas de Competencia: La Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) en Colombia regula las prácticas comerciales y busca prevenir la competencia desleal y el abuso de posición dominante. Las agencias de medios deben cumplir con estas normativas para evitar prácticas que puedan ser consideradas anticompetitivas.
- El Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria es el compilado de principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio.

## **7.2. Perspectiva económica<sup>1</sup>:**

El sector de las centrales de medios en Colombia es un componente clave de la industria publicitaria y de marketing del país. Estas son algunas características identificativas del sector:

- Función Principal: Las centrales de medios actúan como intermediarios entre los anunciantes (clientes) y los medios de comunicación. Su función principal es planificar estratégicamente y comprar espacios publicitarios en diversos canales de comunicación para maximizar el impacto de las campañas publicitarias de sus clientes.
- Servicios Ofrecidos:

---

<sup>1</sup> [https://investigaciones.corfi.com/macroeconomia-y-mercados/informes-especiales/potencial-de-la-infraestructura-digital-oportunidades-de-crecimiento-y-retos-para-reducir-brechas-de-conectividad-en-colombia/informe\\_1558207](https://investigaciones.corfi.com/macroeconomia-y-mercados/informes-especiales/potencial-de-la-infraestructura-digital-oportunidades-de-crecimiento-y-retos-para-reducir-brechas-de-conectividad-en-colombia/informe_1558207)

- ✓ Planificación Estratégica: Analizan entre el mercado, el público objetivo y diseñan estrategias publicitarias efectivas.
- ✓ Compra de Espacios Publicitarios: Negocian con los diferentes medios (TV, radio, prensa, digital, etc.) para obtener los mejores espacios al mejor precio para sus clientes.
- ✓ Análisis y Seguimiento: Utilizan herramientas para medir el impacto y la eficacia de las campañas y realizan ajustes para optimizar los resultados.
- ✓ Integración de Medios: Con la evolución del mercado, han ampliado su alcance para incluir estrategias de publicidad en medios digitales, redes sociales y plataformas en línea, no solo limitándose a los medios tradicionales.
- ✓ Uso de Tecnología: Han adoptado tecnologías avanzadas para la planificación y análisis, utilizando herramientas de análisis de datos y software especializado para optimizar las campañas y medir el retorno de la inversión. - Innovación Constante: El sector de las centrales de medios está en constante evolución, adaptándose a las nuevas tendencias del mercado y a los cambios en los hábitos de consumo para ofrecer estrategias publicitarias efectivas y actualizadas.
- ✓ Bonificaciones y optimizaciones: En el mercado de la compra de medios, es una práctica comercial habitual que las agencias de medios, en virtud de su capacidad de negociación y del volumen de inversión que administran, obtengan de los medios de comunicación beneficios adicionales tales como espacios bonificados, mayor número de emisiones (cuñas o spots), menciones, presencia en contenidos especiales, ampliación de la frecuencia de pauta o descuentos comerciales, sin que ello represente un costo adicional para el anunciante. la Superintendencia de Industria y Comercio ha reconocido que las condiciones comerciales, descuentos e incentivos derivados de la negociación entre medios y agencias forman parte de la dinámica competitiva del mercado; no obstante, ha señalado que dichas condiciones deben otorgarse y utilizarse respetando el régimen de libre competencia, evitando acuerdos o prácticas que restrinjan la competencia entre oferentes o generen ventajas anticompetitivas.

Estas características definen el sector de las centrales de medios en Colombia, un mercado dinámico que se esfuerza por mantenerse al tanto de las tendencias y tecnologías emergentes para ofrecer soluciones publicitarias efectivas a sus clientes. Por lo tanto, para la ejecución del objeto se requiere de una agencia Central de Medios, a través de la cual se haga la ejecución de los espacios adicionales en medios de comunicación de los partidos declarados en oposición, a nivel nacional, según el tiempo sorteado para cada partido político.

Así las cosas, teniendo en cuenta la naturaleza del sector se analizan los siguientes indicadores económicos.

### **7.2.1. Producto Interno Bruto (PIB) nacional trimestral<sup>2</sup>**

Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 10,0%(contribuye 1,7 puntos porcentuales a la variación anual).

---

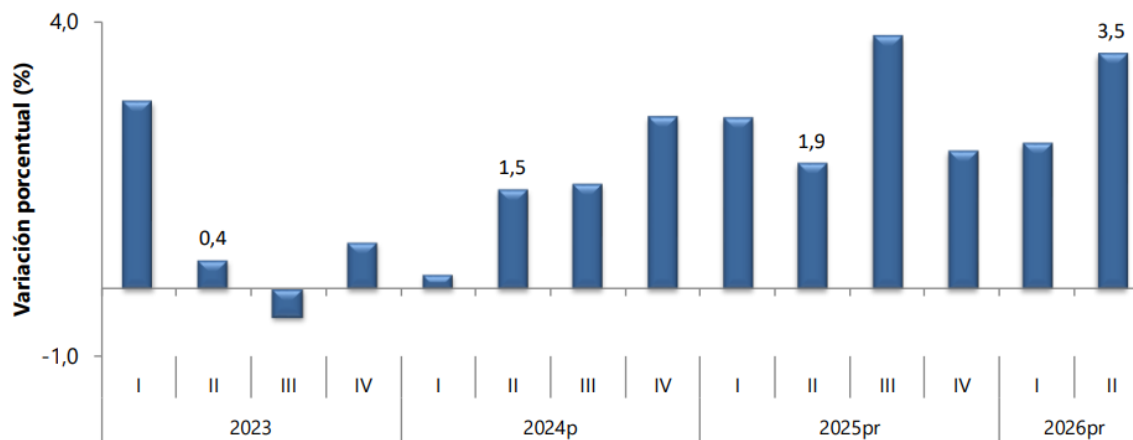
<sup>2</sup> [DANE - Cuentas nacionales trimestrales](#)

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 2,2% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios;
- Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 9,5% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Durante el primer semestre de 2026pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento de 2,9%. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 7,9% (contribuye 1,3 puntos porcentuales a la variación anual).
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 2,6% (contribuye 0,5 puntos porcentuales a la variación anual).
- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 6,3% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual).

**Gráfico 1. Producto Interno Bruto**  
**Tasa de crecimiento en volumen<sup>1</sup>**  
**2023-I / 2026pr-II**



Fuente: DANE, PIB\_T

## Información y comunicaciones

En el segundo trimestre de 2026pr, el valor agregado de información y comunicaciones decrece 0,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2025pr. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 0,3%, respecto al trimestre inmediatamente anterior (ver tabla 8).

**Tabla 8. Información y comunicaciones**  
**Tasas de crecimiento en volumen<sup>1</sup>**  
**Segundo trimestre 2026<sup>pr</sup>**

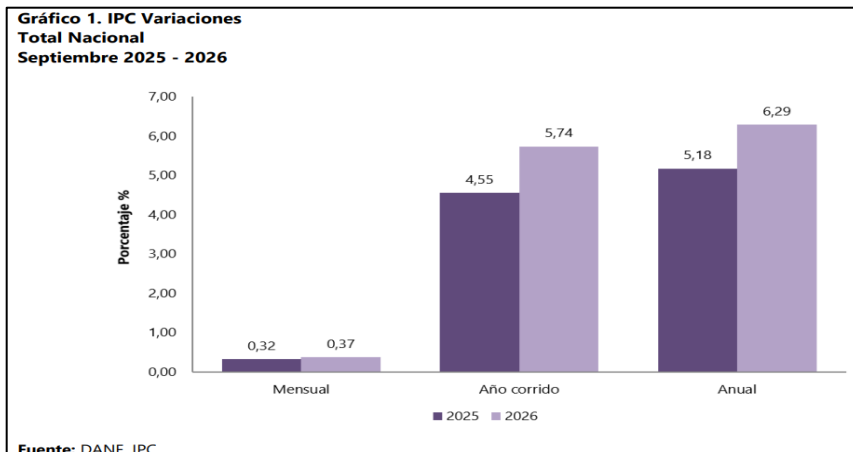
| Actividad económica                 | Tasas de crecimiento (%)                        |                                         |                                                   |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------|
|                                     | Serie original                                  |                                         | Serie ajustada por efecto estacional y calendario |
|                                     | Anual                                           | Año corrido                             | Trimestral                                        |
|                                     | 2026 <sup>pr</sup> -II / 2025 <sup>pr</sup> -II | 2026 <sup>pr</sup> / 2025 <sup>pr</sup> | 2026 <sup>pr</sup> -II / 2026 <sup>pr</sup> -I    |
| <b>Información y comunicaciones</b> | <b>-0,1</b>                                     | <b>0,7</b>                              | <b>0,3</b>                                        |

Fuente: DANE, PIB\_T

### 7.2.2. ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR<sup>3</sup>

En septiembre de 2026 la variación mensual del IPC fue 0,37%, la variación año corrido fue 5,74% y la anual 6,29%.

En septiembre de 2026 la variación anual del IPC fue 6,29%, es decir, 1,11 puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,18%.



<sup>3</sup> [DANE - Índice de Precios al Consumidor \(IPC\)](#)

## Variación y contribución mensual por divisiones de gasto

En el mes de septiembre de 2026, el IPC registró una variación de 0,37% en comparación con agosto de 2026, dos divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional: Educación (1,43%) y, por último, Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,78%). Por debajo se ubicaron: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,31%), Restaurantes y hoteles (0,28%), Bebidas alcohólicas y tabaco (0,23%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,23%), Transporte (0,13%), Salud (0,12%), Prendas de vestir y calzado (0,10%), Bienes y servicios diversos (0,05%), Información y comunicación (-0,02%) y, por último, Recreación y cultura (-0,21%).

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

| Divisiones de Gasto                                                         | 2025     |               |                                  | 2026          |                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|----------------------------------|---------------|----------------------------------|
|                                                                             | Peso (%) | Variación (%) | Contribución Puntos Porcentuales | Variación (%) | Contribución Puntos Porcentuales |
| Educación                                                                   | 4,41     | 1,39          | 0,06                             | 1,43          | 0,06                             |
| Alimentos y bebidas no alcohólicas                                          | 15,05    | 0,18          | 0,03                             | 0,78          | 0,15                             |
| TOTAL                                                                       | 100,00   | 0,32          | 0,32                             | 0,37          | 0,37                             |
| Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles                   | 33,12    | 0,31          | 0,10                             | 0,31          | 0,09                             |
| Restaurantes y hoteles                                                      | 9,43     | 0,20          | 0,02                             | 0,28          | 0,03                             |
| Bebidas alcohólicas y tabaco                                                | 1,70     | 1,07          | 0,02                             | 0,23          | 0,00                             |
| Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar | 4,19     | 0,16          | 0,01                             | 0,23          | 0,01                             |
| Transporte                                                                  | 12,93    | 0,11          | 0,01                             | 0,13          | 0,02                             |
| Salud                                                                       | 1,71     | 0,60          | 0,01                             | 0,12          | 0,00                             |
| Prendas de vestir y calzado                                                 | 3,98     | 0,23          | 0,01                             | 0,10          | 0,00                             |
| Bienes y servicios diversos                                                 | 5,36     | 0,44          | 0,02                             | 0,05          | 0,00                             |
| Información y comunicación                                                  | 4,33     | 1,43          | 0,04                             | -0,02         | 0,00                             |
| Recreación y cultura                                                        | 3,79     | -0,16         | 0,00                             | -0,21         | -0,01                            |

Fuente: DANE, IPC

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,37%), se ubicaron en las divisiones de: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles y Educación, las cuales aportaron 0,30 puntos porcentuales a la variación total.

## Variación y contribución año corrido por divisiones de gasto

En lo corrido del año, (enero - septiembre), cinco divisiones de bienes y servicios se ubicaron por encima del promedio nacional (5,74%): Alimentos y bebidas no alcohólicas (8,00%), Educación (7,43%), Restaurantes y hoteles (7,40%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (6,51%) y, por último, Salud (5,86%). El resto de las divisiones se ubicaron por debajo del promedio: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (4,94%), Bebidas alcohólicas y tabaco (4,84%), Bienes y servicios diversos (4,45%), Transporte (4,39%), Información y comunicación (4,08%), Recreación y cultura (3,49%) y, por último, Prendas de vestir y calzado (2,66%).

**Cuadro 3. IPC Variación y contribución año corrido**  
**Según divisiones de gasto**  
**Septiembre 2025 - 2026**

| Divisiones de Gasto                                                         | Peso (%) | Variación (%) | 2025                                | 2026          |                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|
|                                                                             |          |               | Contribución Puntos<br>Porcentuales | Variación (%) | Contribución Puntos<br>Porcentuales |
| Alimentos y bebidas no alcohólicas                                          | 15,05    | 6,31          | 1,18                                | 8,00          | 1,50                                |
| Educación                                                                   | 4,41     | 7,30          | 0,29                                | 7,43          | 0,30                                |
| Restaurantes y hoteles                                                      | 9,43     | 5,90          | 0,65                                | 7,40          | 0,84                                |
| Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar | 4,19     | 3,08          | 0,12                                | 6,51          | 0,26                                |
| Salud                                                                       | 1,71     | 5,28          | 0,09                                | 5,86          | 0,10                                |
| TOTAL                                                                       | 100,00   | 4,55          | 4,55                                | 5,74          | 5,74                                |
| Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles                   | 33,12    | 3,97          | 1,24                                | 4,94          | 1,54                                |
| Bebidas alcohólicas y tabaco                                                | 1,70     | 5,15          | 0,09                                | 4,84          | 0,08                                |
| Bienes y servicios diversos                                                 | 5,36     | 3,80          | 0,20                                | 4,45          | 0,23                                |
| Transporte                                                                  | 12,93    | 4,47          | 0,60                                | 4,39          | 0,59                                |
| Información y comunicación                                                  | 4,33     | 0,86          | 0,02                                | 4,08          | 0,11                                |
| Recreación y cultura                                                        | 3,79     | 0,46          | 0,01                                | 3,49          | 0,11                                |
| Prendas de vestir y calzado                                                 | 3,98     | 1,67          | 0,05                                | 2,66          | 0,08                                |

**Fuente:** DANE, IPC.

Los mayores aportes a la variación en lo corrido del año (enero - septiembre), se ubicaron en las divisiones de Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, Alimentos y bebidas no alcohólicas, Restaurantes y hoteles, Transporte y Educación, las cuales en conjunto contribuyeron con 4,77 puntos porcentuales a la variación total.

**Variación y contribución de las subclases en el año corrido**

En septiembre de 2026 en comparación con diciembre de 2025, la variación de las subclases que más aportaron al acumulado del año fueron: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (7,49%), arriendo imputado (4,13%), transporte urbano (10,44%), arriendo efectivo (4,21%), frutas frescas (29,25%), carne de res y derivados (11,25%), electricidad (7,24%), papas (67,70%), servicios relacionados con la copropiedad (16,96%) y comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato (7,00%). Las mayores contribuciones negativas a la variación se ubicaron en: vehículo particular nuevo o usado (-3,43%), plátanos (-12,24%), legumbres secas (-10,41%), carne de cerdo y derivados (-5,39%) y dulces, confites, caramelos, bombones, chocolatinas (-18,28%).

**Cuadro 4. IPC Variación y contribución año corrido**  
**Por principales subclases**  
**Septiembre 2026**

| Subclases                                                        | Variación (%) | Contribución Puntos<br>porcentuales |
|------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------------------------|
| Comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio | 7,49          | 0,57                                |
| Arriendo imputado                                                | 4,13          | 0,53                                |
| Transporte urbano                                                | 10,44         | 0,50                                |
| Arriendo efectivo                                                | 4,21          | 0,39                                |
| Frutas frescas                                                   | 29,25         | 0,38                                |
| Carne de res y derivados                                         | 11,25         | 0,28                                |
| Electricidad                                                     | 7,24          | 0,25                                |
| Papas                                                            | 67,70         | 0,21                                |
| Servicios relacionados con la copropiedad                        | 16,96         | 0,21                                |
| Comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato        | 7,00          | 0,17                                |

**Fuente:** DANE, IPC.

### 7.2.3. Encuesta anual de servicios (EAS)<sup>4</sup>

Las actividades de atención de la salud humana; las actividades de empleo, seguridad e investigación privada y servicios a edificios, las actividades de Telecomunicaciones, y desarrollo de sistemas informáticos, consultoría informática y actividades relacionadas generaron los mayores niveles de producción bruta y de valor agregado, siendo el subsector de actividades de empleo, seguridad e investigación privada y servicios a edificios, el de menor coeficiente técnico y, por ende, el que registra el valor agregado más alto. En contraste, las actividades de programación, transmisión y/o difusión y actividades de agencias de noticias presentaron el coeficiente técnico insumo producto más alto.

**Gráfico 1. Variación de los ingresos operacionales, según subsector de servicios  
Total Nacional  
2024<sup>P</sup> /2023**



**Fuente:** DANE – Encuesta Anual de Servicios EAS.

### Personal ocupado total y por categorías de contratación, según subsector de servicios EAS 2024

Para el año 2024, el subsector con mayor ocupación de personal fue el de actividades de empleo, seguridad e investigación privada y servicios a edificios, con 993.935 personas, seguido de actividades de atención de la salud humana con 345.245 personas.

<sup>4</sup> [DANE - Encuesta anual de servicios \(EAS\)](#)

**Tabla 2. Personal ocupado por categoría de contratación, según subsector de servicios**  
**Total nacional**  
**2024<sup>p</sup>**

| Subsector de servicios                                                                                            | Total personal ocupado <sup>1</sup> | Categoría de contratación |                  |                                                                      |                                       | Total personal remunerado <sup>2</sup> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------|
|                                                                                                                   |                                     | Personal permanente       | Temporal directo | Temporal en misión <sup>3</sup><br>Docente hora cátedra <sup>4</sup> | Otro tipo de vinculación <sup>5</sup> |                                        |
| Almacenamiento y actividades complementarias al transporte                                                        | 87.038                              | 59.209                    | 24.732           | -                                                                    | 3.027                                 | 86.858                                 |
| Correo y servicios de mensajería                                                                                  | 24.376                              | 9.156                     | 14.625           | -                                                                    | 595                                   | 24.348                                 |
| Alojamiento                                                                                                       | 43.471                              | 28.811                    | 12.786           | -                                                                    | 1.874                                 | 42.981                                 |
| Actividades de servicios de comidas y bebidas                                                                     | 112.257                             | 69.469                    | 39.086           | -                                                                    | 3.702                                 | 111.991                                |
| Actividades de edición                                                                                            | 7.334                               | 5.797                     | 1.197            | -                                                                    | 340                                   | 7.258                                  |
| Actividades cinematográficas, de video y producción de programas de televisión                                    | 5.553                               | 3.888                     | 1.474            | -                                                                    | 191                                   | 5.528                                  |
| Actividades de programación, transmisión y/o difusión y actividades de agencias de noticias                       | 8.278                               | 6.409                     | 1.539            | -                                                                    | 330                                   | 8.258                                  |
| Telecomunicaciones                                                                                                | 58.354                              | 47.955                    | 8.348            | -                                                                    | 2.051                                 | 58.299                                 |
| Desarrollo de sistemas informáticos, consultoría informática y actividades relacionadas                           | 115.206                             | 102.150                   | 8.982            | -                                                                    | 4.074                                 | 115.113                                |
| Actividades inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento                                                            | 25.189                              | 18.610                    | 5.684            | -                                                                    | 895                                   | 25.101                                 |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas                                                                 | 112.159                             | 72.365                    | 35.912           | -                                                                    | 3.882                                 | 111.947                                |
| Publicidad                                                                                                        | 39.378                              | 16.467                    | 21.356           | -                                                                    | 1.555                                 | 39.333                                 |
| Actividades de agencias de viaje, operadores turísticos, servicios de reserva y servicios relacionados            | 8.757                               | 7.969                     | 479              | -                                                                    | 309                                   | 8.725                                  |
| Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios                                   | 993.985                             | 176.161                   | 355.432          | 458.561                                                              | 3.781                                 | 998.140                                |
| Actividades administrativas y de apoyo a oficina y otras actividades de apoyo a las empresas, excepto call center | 48.692                              | 30.193                    | 16.952           | -                                                                    | 1.547                                 | 48.626                                 |
| Actividades de centros de llamadas (call center)                                                                  | 216.857                             | 162.350                   | 45.821           | -                                                                    | 8.686                                 | 216.833                                |
| Educación superior privada                                                                                        | 89.843                              | 32.753                    | 49.680           | 3.731                                                                | 3.679                                 | 89.829                                 |
| Actividades de atención de la salud humana                                                                        | 345.245                             | 237.603                   | 92.973           | -                                                                    | 14.669                                | 343.979                                |
| Juegos de azar, actividades deportivas, recreativas y esparcimiento                                               | 43.822                              | 34.141                    | 7.954            | -                                                                    | 1.727                                 | 43.659                                 |
| Otras actividades de servicios                                                                                    | 29.765                              | 19.154                    | 9.612            | -                                                                    | 999                                   | 29.722                                 |

Fuente: DANE, Encuesta Anual de Servicios - EAS.

## Variaciones de variables principales, según subsector de servicios

La Tabla 4 contiene las variaciones a valores corrientes de las variables de ingresos operacionales, producción bruta, consumo intermedio y valor agregado, presentadas en el año 2024 respecto al año 2023, así mismo los coeficientes técnicos para estos dos periodos. Es de destacar que el mayor aumento en la producción bruta fue el de las actividades correo y mensajería con 14,4%, un aumento en el consumo intermedio de 9,3% y en el valor agregado de 25,2%; su coeficiente técnico paso de 67,8 en 2023 a 64,8 en 2024. Los subsectores que para 2024 presentaron los coeficientes técnicos más altos fueron actividades de programación, transmisión y/o difusión y actividades de agencias de noticias 71,6%; y actividades cinematográficas, de video y producción de programas de televisión 70,4%. En contraste, las actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios registraron el coeficiente técnico más bajo con 10,4%.

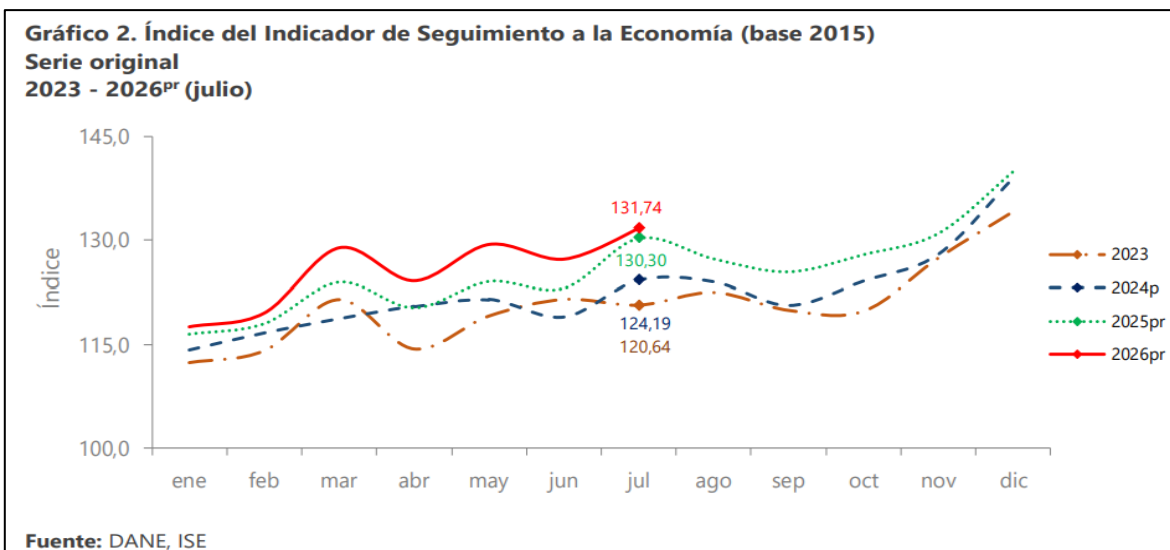
**Tabla 4. Variaciones corrientes de las variables principales, según subsector de servicios**  
**Total nacional**  
**2024<sup>p</sup>/2023**

| Subsector de servicios                                                                                            | Número de empresas | Variaciones porcentuales |                  |                                 |                | Coeficiente técnico <sup>2</sup> 2023 | Coeficiente técnico 2024 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|------------------|---------------------------------|----------------|---------------------------------------|--------------------------|
|                                                                                                                   |                    | Ingresos operacionales   | Producción bruta | Consumo intermedio <sup>1</sup> | Valor agregado |                                       |                          |
| Almacenamiento y actividades complementarias al transporte                                                        | 453                | 7,3                      | 7,4              | 8,1                             | 6,6            | 51,9                                  | 52,2                     |
| Correo y servicios de mensajería                                                                                  | 73                 | 14,4                     | 14,4             | 9,3                             | 25,2           | 67,8                                  | 64,8                     |
| Alojamiento                                                                                                       | 745                | 3,3                      | 3,3              | 3,6                             | 3,0            | 46,2                                  | 46,4                     |
| Actividades de servicios de comidas y bebidas                                                                     | 436                | 8,0                      | 7,8              | 5,5                             | 12,0           | 65,4                                  | 64,1                     |
| Actividades de edición                                                                                            | 97                 | -4,6                     | -4,3             | -7,1                            | -1,2           | 53,0                                  | 51,4                     |
| Actividades cinematográficas, de video y producción de programas de televisión                                    | 49                 | 0,0                      | 0,1              | -0,8                            | 2,1            | 71,0                                  | 70,4                     |
| Actividades de programación, transmisión y/o difusión y actividades de agencias de noticias                       | 38                 | -4,7                     | -4,7             | -6,2                            | -0,9           | 72,7                                  | 71,6                     |
| Telecomunicaciones                                                                                                | 181                | -0,9                     | 1,9              | 1,5                             | 2,3            | 50,9                                  | 50,7                     |
| Desarrollo de sistemas informáticos, consultoría informática y actividades relacionadas                           | 446                | 5,5                      | 6,1              | 2,0                             | 8,6            | 38,5                                  | 37,0                     |
| Actividades inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento                                                            | 341                | 5,4                      | 5,4              | 8,0                             | 2,7            | 50,8                                  | 52,1                     |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas                                                                 | 621                | -3,1                     | -3,0             | -3,5                            | -2,7           | 36,8                                  | 36,6                     |
| Publicidad                                                                                                        | 158                | 6,0                      | 6,1              | -1,5                            | 11,6           | 42,0                                  | 38,9                     |
| Actividades de agencias de viaje, operadores turísticos, servicios de reserva y servicios relacionados            | 92                 | 3,5                      | 2,0              | 7,5                             | -0,6           | 32,0                                  | 33,7                     |
| Actividades de empleo, seguridad e investigación privada, servicios a edificios                                   | 990                | 9,8                      | 9,8              | 7,0                             | 10,2           | 10,7                                  | 10,4                     |
| Actividades administrativas y de apoyo a oficina y otras actividades de apoyo a las empresas, excepto call center | 184                | 7,1                      | 6,6              | 2,0                             | 10,6           | 46,2                                  | 44,2                     |
| Actividades de centros de llamadas (call center)                                                                  | 94                 | 3,2                      | 3,2              | -0,2                            | 4,0            | 18,7                                  | 18,1                     |
| Educación superior privada                                                                                        | 162                | 9,9                      | 9,9              | 8,2                             | 10,6           | 29,3                                  | 28,8                     |
| Actividades de atención de la salud humana                                                                        | 1.091              | 10,4                     | 10,4             | 9,4                             | 12,0           | 63,7                                  | 63,2                     |
| Juegos de azar, actividades deportivas, recreativas y esparcimiento                                               | 185                | 10,3                     | 10,3             | 11,3                            | 8,3            | 66,1                                  | 66,7                     |
| Otras actividades de servicios                                                                                    | 192                | 2,1                      | 2,3              | 0,0                             | 5,0            | 53,0                                  | 51,7                     |

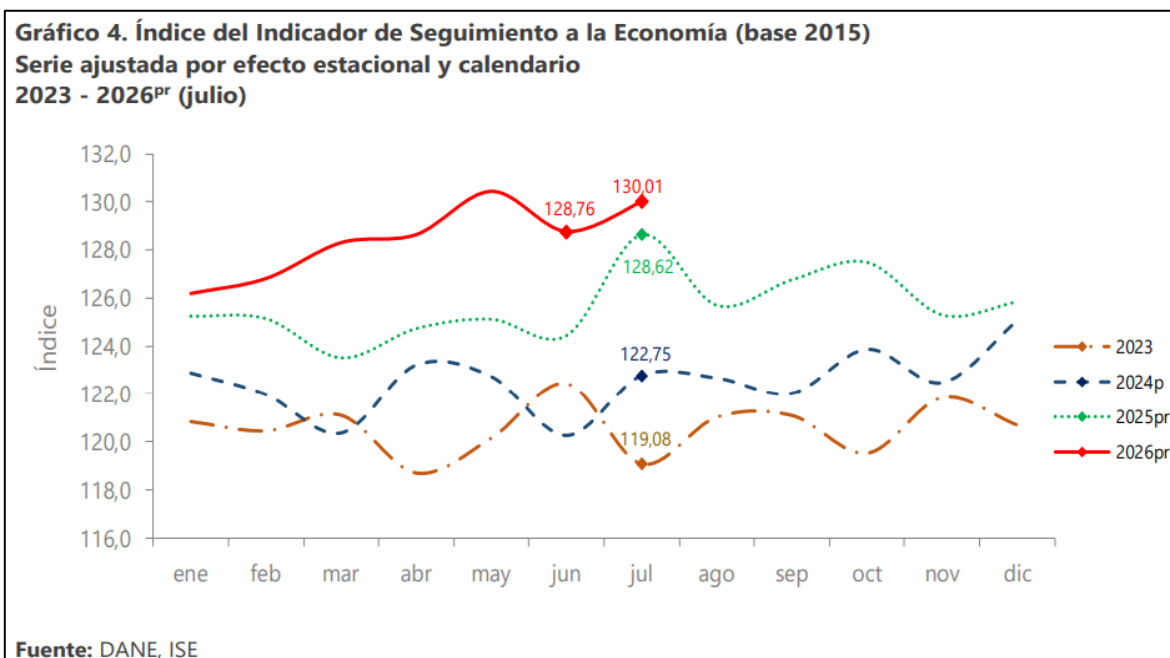
Fuente: DANE, Encuesta Anual de Servicios - EAS.

#### 7.2.4. Índice de Seguimiento a la Economía (ISE)<sup>5</sup>

Para el mes de julio de 2026pr, el ISE en su serie original se ubicó en 131,74, lo que representó un crecimiento de 1,11% respecto al mes de julio de 2025.

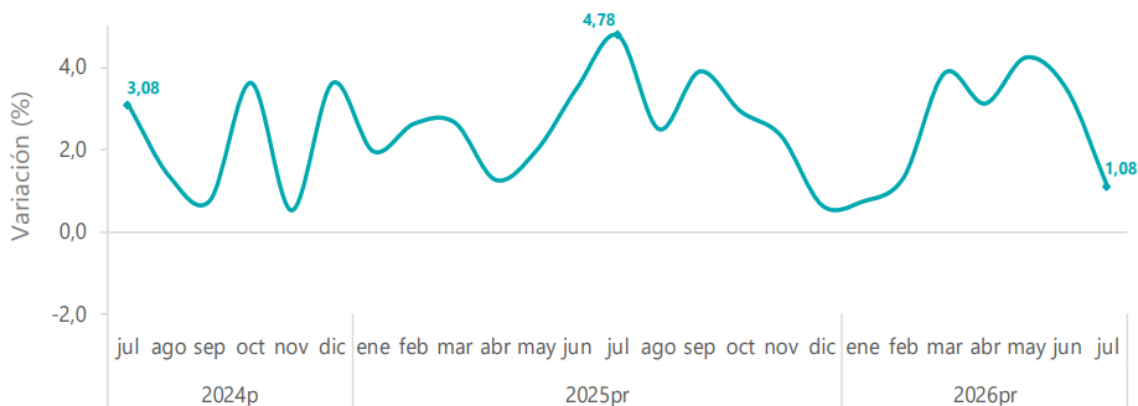


Para el mes de julio de 2026pr, el ISE en su serie ajustada por efecto estacional y calendario se ubicó en 130,01, lo que representó un crecimiento de 1,08% respecto al mes de julio de 2025pr (128,62).



<sup>5</sup> [DANE - Indicador de Seguimiento a la economía \(ISE\)](#)

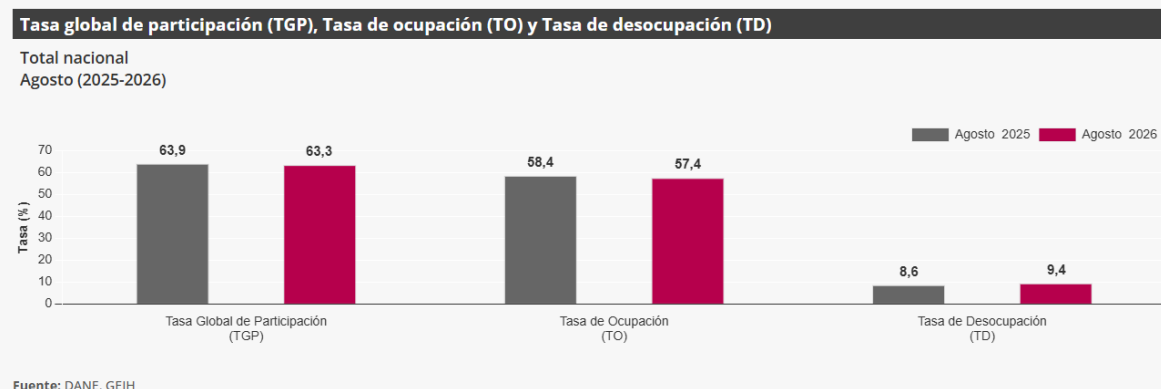
**Gráfico 5. Tasa de crecimiento anual del índice del Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)**  
Serie ajustada por efecto estacional y calendario  
2024<sup>p</sup> - 2026<sup>pr</sup> (julio)



Fuente: DANE, ISE

### 7.2.5. Mercado Laboral GEIH<sup>6</sup>

Para el mes de agosto de 2026, la tasa de desocupación del total nacional fue 9,4%, mientras que en el mismo mes de 2025 fue 8,6%. La tasa global de participación se ubicó en 63,3%, en tanto que en agosto de 2025 fue 63,9%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 57,4%, lo que representó una disminución de 1,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (58,4%).

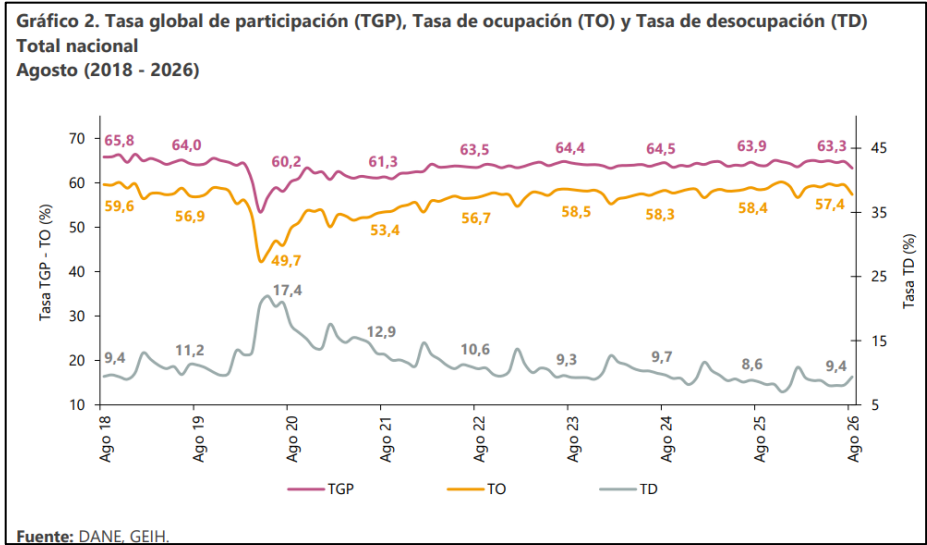


### Total nacional mensual

Para el mes de agosto de 2026, la tasa de desocupación del total nacional fue 9,4%, mientras que en el mismo mes de 2025 fue 8,6%. La tasa global de participación se ubicó

<sup>6</sup> [DANE - Empleo y desempleo](#)

en 63,3%, en tanto que en agosto de 2025 fue 63,9%. Finalmente, la tasa de ocupación fue 57,4%, lo que representó una disminución de 1,1 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2025 (58,4%).



### Población ocupada según rama de actividad (agosto)

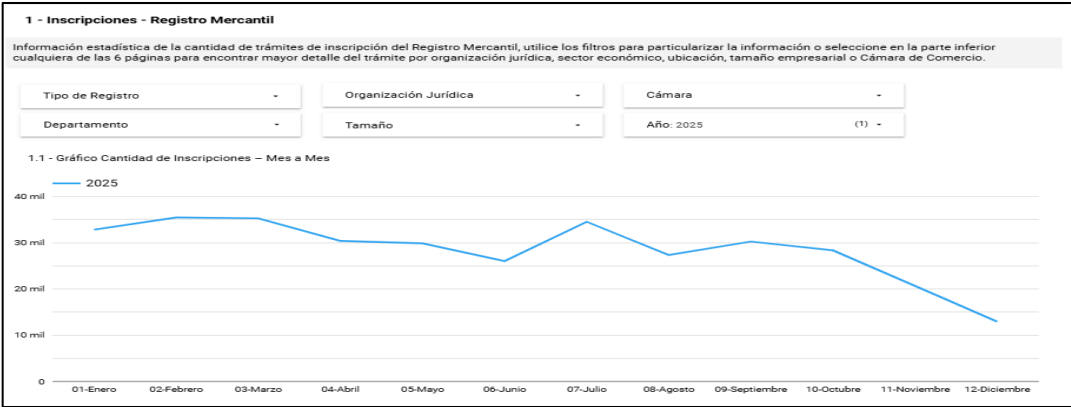
En el mes de agosto de 2026, el número de personas ocupadas en el total nacional fue 23.685 mil personas. Las ramas que más restaron a la variación de la población ocupada fueron Industrias manufactureras (1,0 puntos porcentuales); Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios (0,4 puntos porcentuales) y Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (0,4 puntos porcentuales).

**Tabla 1. Distribución porcentual, variación absoluta y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad**  
**Total nacional**  
**Agosto (2025 – 2026)**

| Rama de actividad                                                                    | Total nacional |               |                     |                    |                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|---------------------|--------------------|----------------------|
|                                                                                      | Agosto 2025    | Agosto 2026   | Distribución % 2026 | Variación absoluta | Contribución en p.p. |
| <b>Población ocupada</b>                                                             | <b>23.811</b>  | <b>23.685</b> | <b>100</b>          | <b>-126</b>        |                      |
| Industrias manufactureras                                                            | 2.600          | 2.361         | 10,0                | -240               | -1,0                 |
| Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios | 2.097          | 1.995         | 8,4                 | -102               | -0,4                 |
| Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca                                   | 3.153          | 3.062         | 12,9                | -91                | -0,4                 |
| Actividades inmobiliarias                                                            | 360            | 329           | 1,4                 | -31                | -0,1                 |
| Actividades financieras y de seguros                                                 | 479            | 452           | 1,9                 | -27                | -0,1                 |
| Alojamiento y servicios de comida                                                    | 1.862          | 1.845         | 7,8                 | -17                | -0,1                 |
| Información y comunicaciones                                                         | 408            | 402           | 1,7                 | -6                 | 0,0                  |
| Suministro de electricidad, gas, agua y gestión de desechos ^                        | 573            | 571           | 2,4                 | -1                 | 0,0                  |
| Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos         | 1.781          | 1.795         | 7,6                 | 14                 | 0,1                  |
| Transporte y almacenamiento                                                          | 1.837          | 1.885         | 8,0                 | 48                 | 0,2                  |
| Construcción                                                                         | 1.710          | 1.790         | 7,6                 | 80                 | 0,3                  |
| Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana            | 3.027          | 3.123         | 13,2                | 96                 | 0,4                  |
| Comercio y reparación de vehículos                                                   | 3.925          | 4.076         | 17,2                | 150                | 0,6                  |

**Fuente:** DANE, GEIH.

### 7.2.6. MIPYMES



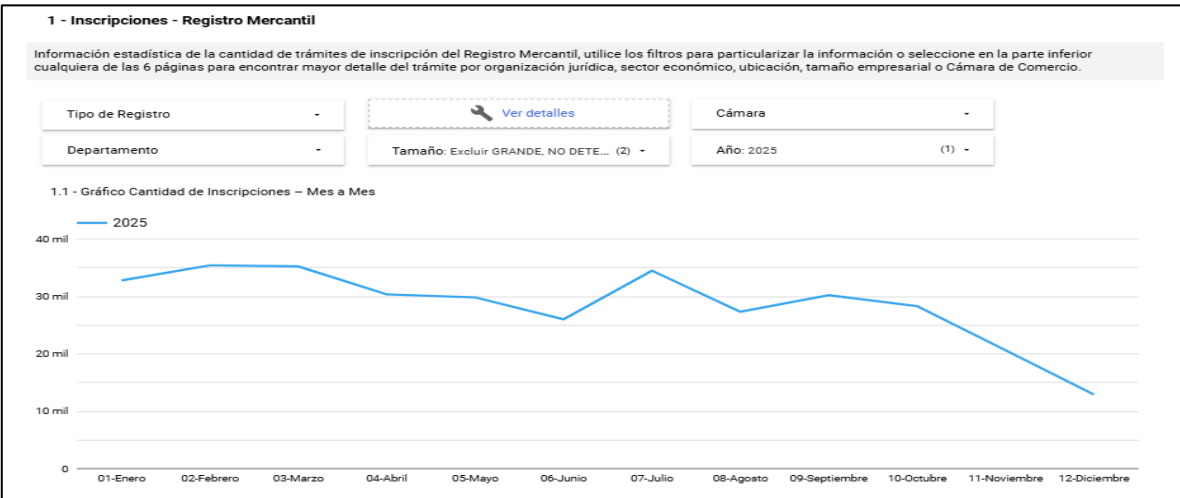
1.2 - Tabla Cantidad de Inscripciones - Detalle Año y Mes

| Mes / Record Count |          |            |          |          |         |          |          |           |               |        |
|--------------------|----------|------------|----------|----------|---------|----------|----------|-----------|---------------|--------|
| Año                | 01-Enero | 02-Febrero | 03-Marzo | 04-Abril | 05-Mayo | 06-Junio | 07-Julio | 08-Agosto | 09-Septiembre | 10-O   |
| 2025               | 32.796   | 35.443     | 35.256   | 30.377   | 29.853  | 26.017   | 34.501   | 27.339    | 30.226        | 12.661 |
| Total              | 32.796   | 35.443     | 35.256   | 30.377   | 29.853  | 26.017   | 34.501   | 27.339    | 30.226        | 12.661 |

1.3 - Tabla Cantidad de Inscripciones - Detalle Tipo de Registro, Año y Mes

| Mes / Total      |      |          |            |          |          |         |          |          |           |         |
|------------------|------|----------|------------|----------|----------|---------|----------|----------|-----------|---------|
| Tipo de Registro | Año  | 01-Enero | 02-Febrero | 03-Marzo | 04-Abril | 05-Mayo | 06-Junio | 07-Julio | 08-Agosto | Total   |
| Persona Natural  | 2025 | 23.861   | 25.519     | 26.004   | 22.224   | 21.137  | 18.469   | 24.436   | 19.424    | 242.595 |
| Persona Jurídica | 2025 | 8.104    | 8.899      | 8.125    | 7.129    | 7.533   | 6.511    | 8.670    | 6.774     | 88.469  |
| ESAL             | 2025 | 931      | 1.031      | 1.117    | 1.025    | 1.183   | 1.037    | 1.295    | 1.141     | 12.661  |
| Total            |      | 32.796   | 35.443     | 35.256   | 30.377   | 29.853  | 26.017   | 34.501   | 27.339    | 343.725 |

De acuerdo con los datos publicados y actualizados en el RUES, las empresas activas y renovadas a 31 de diciembre de 2025 son 343.725, de las cuales encontramos en el rango de MIPYMES 343.502:



1.2 - Tabla Cantidad de Inscripciones - Detalle Año y Mes

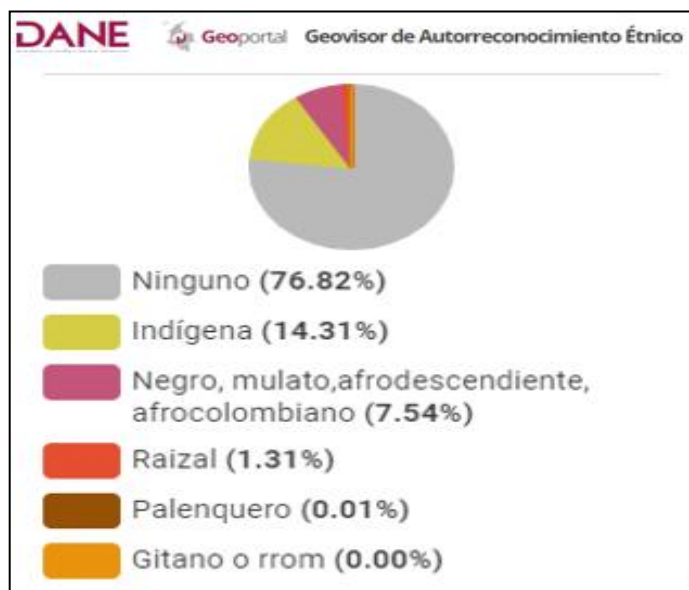
|       |          |            |          |          |         |          |          |           |               | Mes / Record Count |         |
|-------|----------|------------|----------|----------|---------|----------|----------|-----------|---------------|--------------------|---------|
| Año   | 01-Enero | 02-Febrero | 03-Marzo | 04-Abril | 05-Mayo | 06-Junio | 07-Julio | 08-Agosto | 09-Septiembre | 10-O               | Total   |
| 2025  | 32.786   | 35.421     | 35.232   | 30.358   | 29.835  | 25.998   | 34.476   | 27.323    | 30.209        | :                  | 343.502 |
|       |          |            |          |          |         |          |          |           |               |                    |         |
| Total | 32.786   | 35.421     | 35.232   | 30.358   | 29.835  | 25.998   | 34.476   | 27.323    | 30.209        | :                  | 343.502 |

### 7.2.7. GEO VISOR ÉTNICO<sup>7</sup>

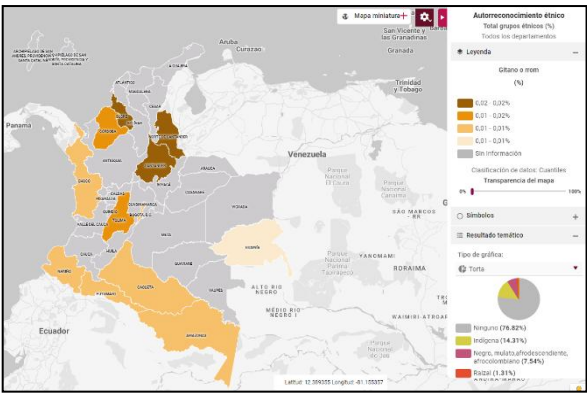
De acuerdo con la información suministrada por el DANE en su informe de Autorreconocimiento Étnico 2018, en donde se censa la población Negra, Afrocolombiana, Raizal y Palenquera –NARP, se censan 4.671.160 personas en el 2018.

Basados en esta información y con el fin de generar una acción positiva estatal para efectos de lograr una igualdad real y efectiva para los sujetos de especial protección, es decir, las víctimas del conflicto armado interno, las mujeres cabeza de familia, los adultos mayores, las personas en condición de discapacidad, así como la población de las comunidades indígena, negra, afrocolombiana, raizal, palenquera, Rrom o gitanas, se registra la información estadística con el fin de ser tenida en cuenta y promover su participación en el futuro proceso de contratación

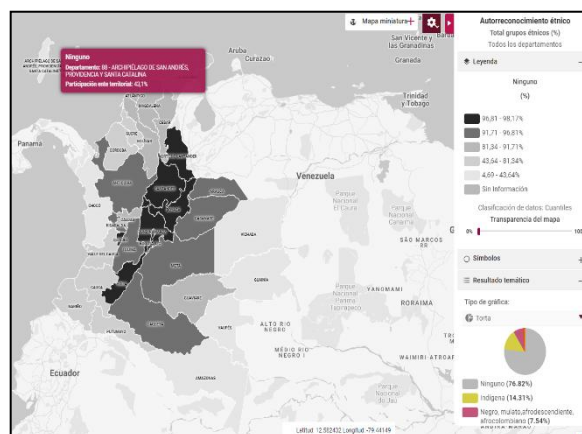
#### INDÍGENA GITANO O RROM



<sup>7</sup> <https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/economia/sector-publico/>

[illegible]

NEGRO, MULATO, AFRODESCENDIENTE, AFROCOLOMBIANO



La perspectiva técnica de las agencias de medios en Colombia se define por una transición profunda hacia la consultoría estratégica integral, impulsada por la alta

concentración de la inversión en canales digitales y la exigencia de medir el retorno sobre la inversión (ROI) en tiempo real.

Pilares técnicos y operativos actuales

- **Dominio de la pauta digital y omnicanalidad:**

La publicidad digital representa más del 59% de la inversión total en medios en el país. Las agencias técnicas ya no se limitan a comprar espacios; diseñan rutas que conectan puntos de contacto (desde una búsqueda en Google hasta un anuncio en redes sociales y la conversión en el sitio web).

- **Integración de inteligencia artificial y analítica de datos:**

Las herramientas de IA y el procesamiento masivo de datos se utilizan para segmentar audiencias, automatizar pujas (bidding), predecir momentos óptimos de consumo y procesar 'insights' del comportamiento del consumidor en entornos volátiles.

- **Autoridad técnica y optimización web:**

La exigencia operativa actual obliga a las agencias a dominar métricas de rendimiento técnico como la velocidad de carga de los sitios web, la estructura del código y los requerimientos de indexación de los nuevos motores de búsqueda y plataformas de video.

- **Superación del modelo en silos:**

El ecosistema actual rechaza la separación entre creatividad y medios. Las agencias operan como socios tecnológicos (*partners*) que unifican la data de distintas fuentes para ofrecer una visión total de las campañas

La entidad requiere contratar los servicios para la compra, programación, monitoreo, verificación y documentación de los espacios en medios de comunicación social del Estado y en medios que hacen uso del espectro electromagnético, en favor de las organizaciones políticas declaradas en oposición en los niveles nacional, en cumplimiento de la Ley 1909 de 2018 y de su reglamentación.

## **COMPRA Y GESTIÓN DE ESPACIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN:**

Comprende la gestión comercial, administrativa y operativa necesaria para disponer de los espacios requeridos para la divulgación de los contenidos de las organizaciones políticas declaradas en oposición, de conformidad con las órdenes, requerimientos y condiciones que determine el Consejo Nacional Electoral.

El contratista deberá:

- a) Gestionar con los canales de televisión, emisoras de radio y demás medios que correspondan la disponibilidad de los espacios requeridos por el CNE.
- b) Gestionar la adquisición o contratación de los espacios cuya divulgación genere costos con cargo al contrato, de acuerdo con las tarifas, condiciones y autorizaciones previamente aprobadas.
- c) Garantizar que los espacios gestionados correspondan al ámbito nacional y a la cobertura del medio necesaria para el ejercicio del derecho de oposición.
- d) Presentar para aprobación del supervisor la identificación del medio, cobertura, frecuencia o canal, programa o franja, duración del espacio, fecha y hora previstas para la divulgación y valor correspondiente.
- e) Gestionar directamente con los medios las órdenes de servicio, reservas, disponibilidades, modificaciones, reprogramaciones y demás actuaciones necesarias para garantizar la divulgación efectiva.

## **PROGRAMACIÓN DE LA DIVULGACIÓN:**

Comprende la planeación, coordinación y programación operativa de los contenidos cuya divulgación sea asignada u ordenada por el Consejo Nacional Electoral.

La programación deberá permitir identificar y controlar las condiciones específicas bajo las cuales deberá realizarse cada divulgación.

El contratista deberá:

- a) Elaborar y mantener una parrilla o plan de medios actualizado de los espacios ordenados o asignados por el CNE.
- b) Registrar para cada divulgación, como mínimo: organización política beneficiaria, medio de comunicación, cobertura, canal o frecuencia, fecha, hora, franja, duración, número de emisiones o transmisiones y demás condiciones determinadas por el CNE.
- c) Coordinar con los medios la recepción técnica de las piezas audiovisuales o sonoras que deban ser divulgadas.
- d) Verificar previamente que los formatos, duración y características técnicas de los archivos sean compatibles con las especificaciones exigidas por cada medio. (Anexar).
- e) Coordinar los ajustes operativos o reprogramaciones que resulten necesarios cuando se presenten novedades atribuibles al medio, siempre con conocimiento y autorización de la supervisión.
- f) Garantizar capacidad de respuesta para aquellos eventos cuya ocurrencia no pueda programarse anticipadamente y que deban ser atendidos dentro de los términos previstos en la Ley 1909 de 2018, especialmente los relacionados con alocuciones oficiales y el ejercicio del derecho de réplica.
- g) Implementar un mecanismo de trazabilidad que permita identificar el estado de cada orden de divulgación desde su recepción por parte del contratista hasta su efectiva emisión, transmisión y correspondiente verificación.

## **MONITOREO DE LA DIVULGACIÓN:**

Comprende el seguimiento técnico y permanente a la efectiva emisión o transmisión de los contenidos ordenados o asignados por el CNE, con el propósito de determinar si la divulgación se produjo en las condiciones previstas.

El contratista deberá disponer de herramientas tecnológicas, humanas y operativas suficientes para efectuar el monitoreo de los medios objeto del contrato.

El monitoreo deberá permitir, como mínimo:

- a) Identificar el medio, canal o frecuencia en el cual se realizó la divulgación.
- b) Registrar fecha y hora real de inicio y finalización de cada emisión o transmisión.
- c) Determinar la duración efectiva del contenido divulgado.
- d) Identificar el programa, espacio o franja dentro de la cual se realizó la divulgación.
- e) Registrar la cobertura geográfica del medio correspondiente.
- f) Detectar emisiones o transmisiones omitidas, incompletas, interrumpidas, desplazadas, reprogramadas o efectuadas en condiciones diferentes a las ordenadas.
- g) Generar alertas a la supervisión frente a incumplimientos, inconsistencias o novedades detectadas.
- h) Conservar evidencia audiovisual, sonora o digital de la divulgación efectivamente realizada, de acuerdo con la naturaleza del medio.
- i) Permitir la consulta histórica de las emisiones y transmisiones monitoreadas durante la ejecución contractual.

El monitoreo deberá realizarse de manera independiente de los certificados o constancias expedidos por los propios medios de comunicación, de forma que el CNE disponga de un mecanismo adicional de comprobación de la efectiva divulgación.

Para cada orden de divulgación, el contratista deberá generar un registro de cumplimiento que permita clasificarla, como mínimo, como:

- \* Cumplida.
- \* Cumplida con novedad.
- \* Reprogramada.
- \* No emitida o no transmitida.
- \* Pendiente de verificación.

Cuando se identifique una diferencia entre las condiciones ordenadas y las efectivamente ejecutadas, el contratista deberá informar inmediatamente a la supervisión y gestionar ante el respectivo medio las aclaraciones, correcciones, reposiciones o actuaciones que correspondan, previa instrucción del CNE.

La verificación constituirá soporte técnico para determinar los servicios efectivamente prestados y susceptibles de reconocimiento económico, sin perjuicio de las competencias y decisiones que correspondan a la supervisión del contrato.

#### 7.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

##### 7.4.1. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTORICO CNE:

Para el presente proceso cuyo objeto a contratar es la “

OBJETO: Prestar los servicios para la negociación, programación, monitoreo, verificación y documentación de los espacios en medios de comunicación social del Estado y en medios que hacen uso del espectro electromagnético, en favor de las organizaciones políticas declaradas en oposición en el nivel nacional, en cumplimiento de la Ley 1909 de 2018 y de su reglamentación

”, se encuentran antecedentes en procesos del CONSEJO NACIONAL ELECTORAL, según información histórica encontrados en el portal del Sistema Electrónico para la contratación Pública "SECOP II, en los cuales se adquirieron algunos de los bienes y/o servicios con especificaciones técnicas iguales y/o semejantes a las señaladas en el presente proceso, se ha contratado la adquisición de estos bienes y/o servicios en las últimas vigencias, así:

| ENTIDAD ESTATAL | MODALIDAD          | REFERENCIA      | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                        | FECHA DE PUBLICACIÓN | CUANTÍA             | CONTRATISTA        |
|-----------------|--------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------|--------------------|
| CNE             | LICITACIÓN PÚBLICA | LP-CNE-005-2025 | Prestar los servicios de Agencia Central de Medios para otorgar espacios adicionales en medios de comunicación social a organizaciones políticas que ejercen su derecho fundamental a la oposición | 16/07/2025           | \$ 7.479.982.322,00 | UT POR EL CNE 2025 |

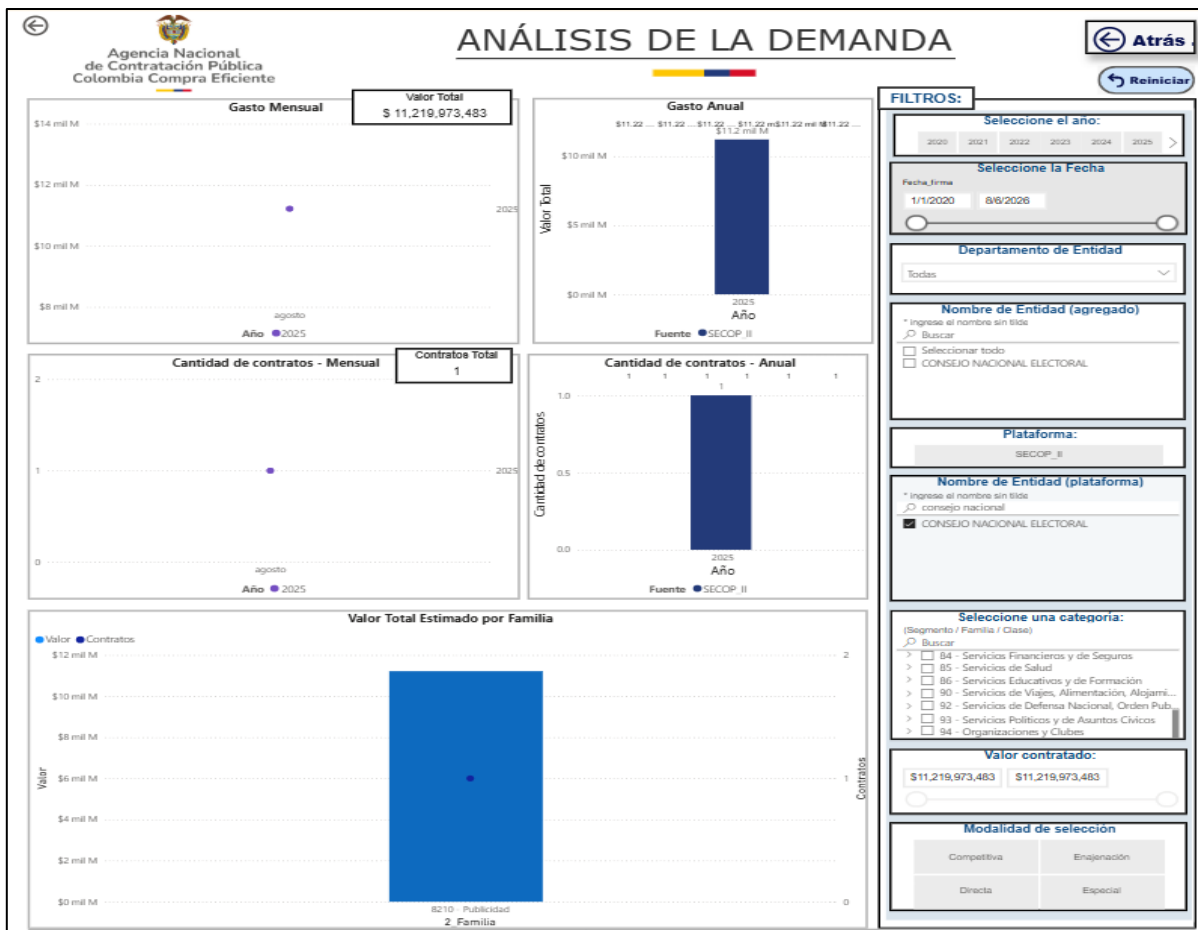
##### 7.4.2. COMPORTAMIENTO DEL GASTO HISTORICO OTRAS ENTIDADES:

Los siguientes procesos de contratación son similares al objeto del presente proceso contractual desarrollados por entidades estatales diferentes al CNE:

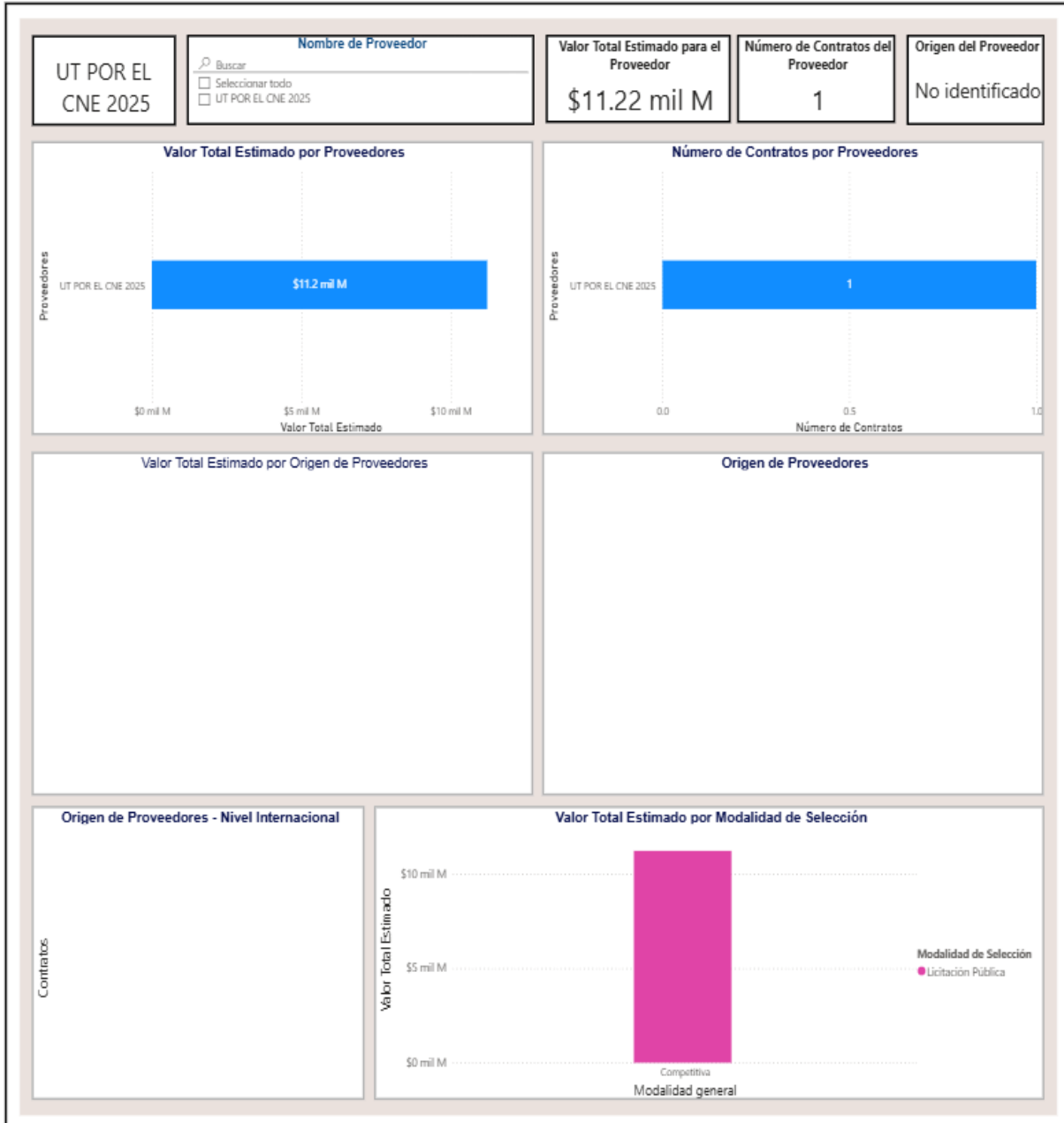
| Entidad Estatal                    | Referencia                       | Descripción                                                                                                                                                        | Fase actual            | Fecha de publicación | Cuantía           |
|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|-------------------|
| MINISTERIO DE MINAS Y ENERGIA      | CD-1442-2026                     | Prestar servicios de agencia de medios para el fortalecimiento de la gestión en la comunicación estratégica de la información del sector minero energético del MME | Presentación de oferta | 27/01/2026           | \$ 544.300.000,00 |
| MINISTERIO DE MINAS Y ENERGIA      | CD-0832-0270-1407-1604-2617-2025 | Prestar servicios de agencia de medios para el fortalecimiento de la gestión en la comunicación estratégica de la información del sector minero energético del MME | Presentación de oferta | 23/07/2025           | \$ 484.886.710,00 |
| SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE SALUD | SNS-CD-95-2025                   | AGENCIA DE MEDIOS                                                                                                                                                  | Presentación de oferta | 15/05/2025           | \$ 576.025.775,00 |

Adicional, se realiza la búsqueda dentro del Modelo de Abastecimiento Estratégico (MAE), para la vigencia 2025 y seleccionando dentro de las categorías los códigos UNSPSC correspondientes a este análisis del sector y que se encuentran en el numeral 3 de este documento, obteniendo la siguiente información de la entidad y a nivel nacional:

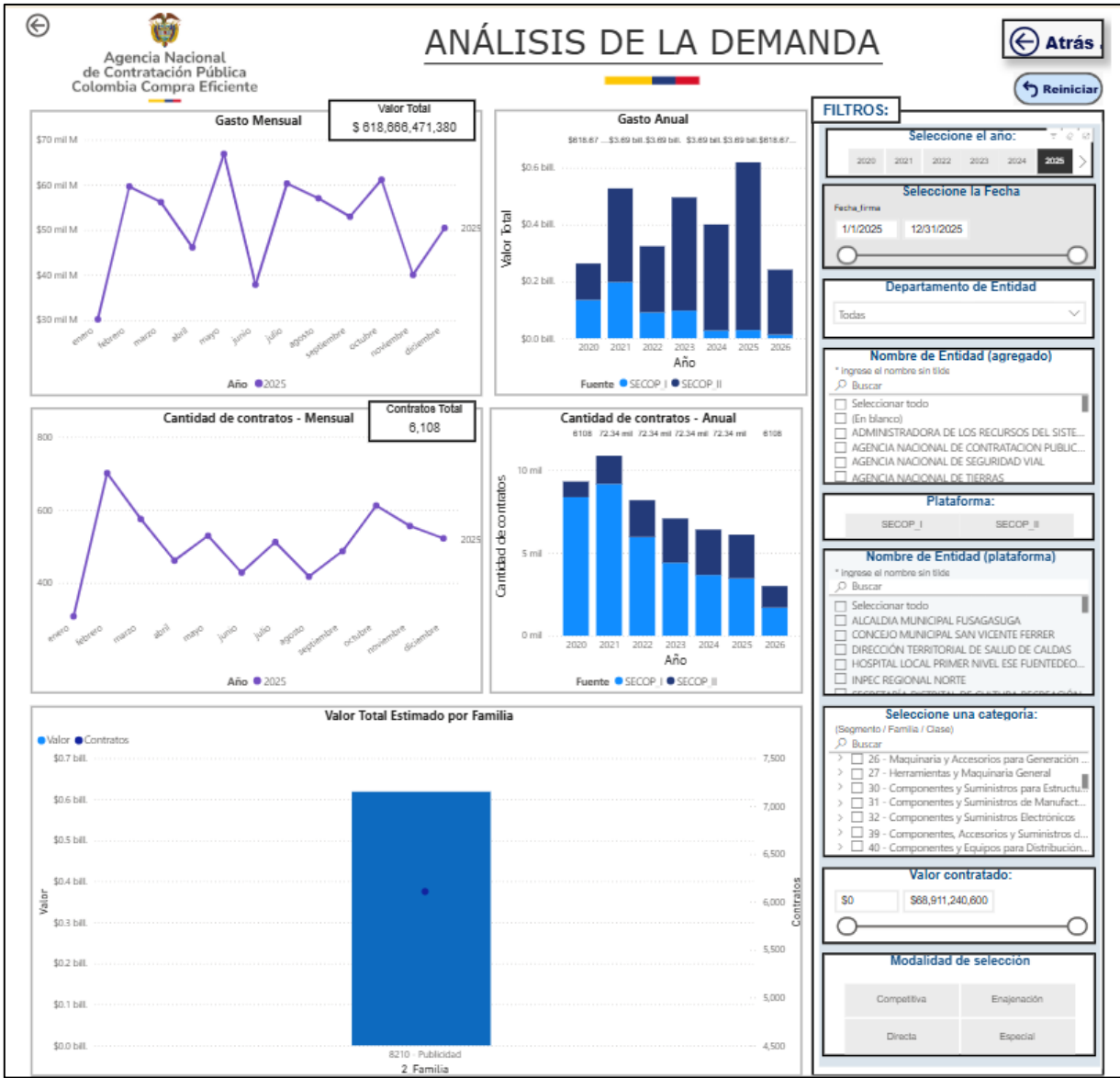
#### ENTIDAD:



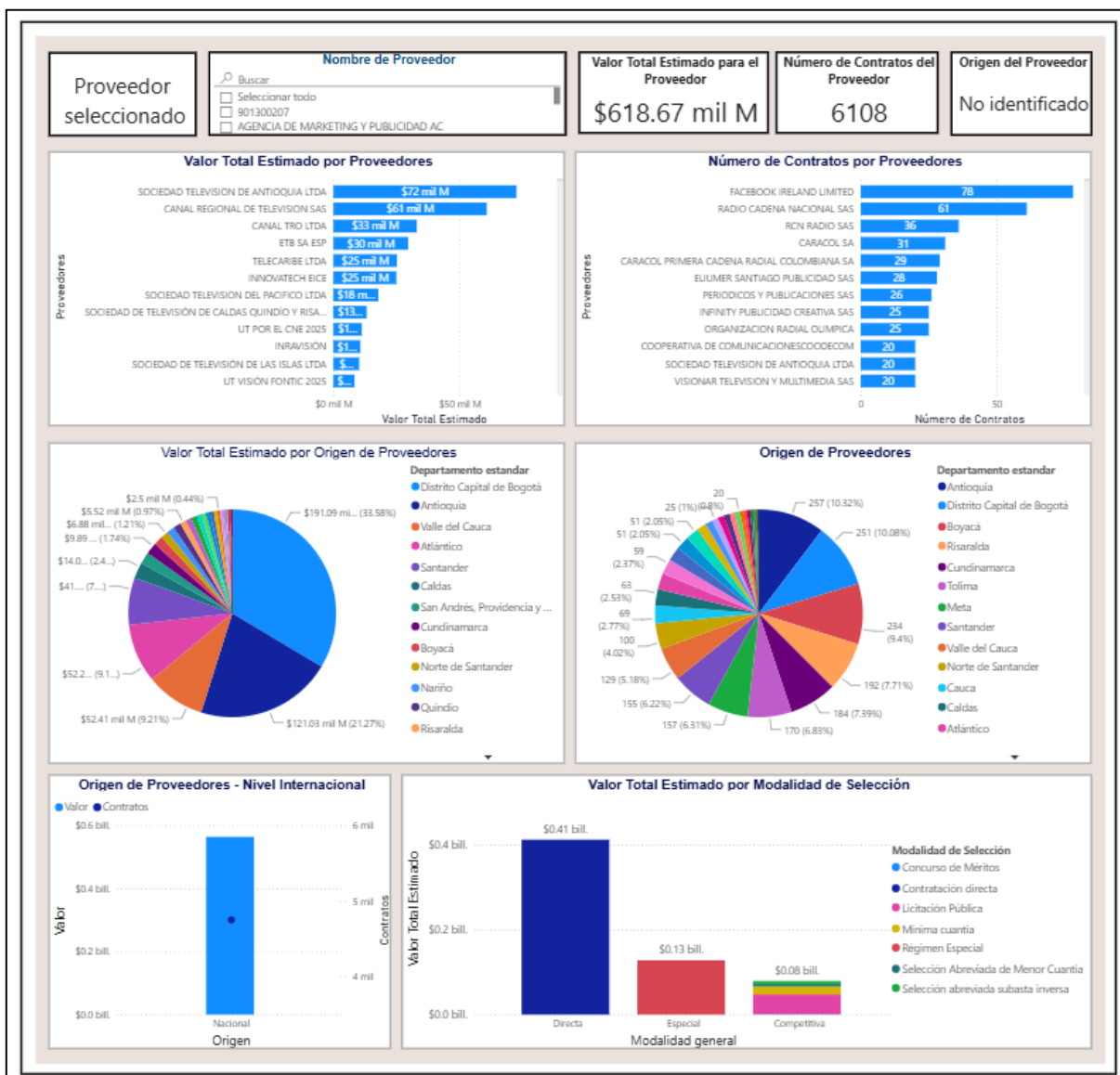
| Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC |           |                         |                |           |                         |                |
|--------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------|----------------|-----------|-------------------------|----------------|
| Año                                                          | 2025      |                         |                | Total     |                         |                |
| Clasificador de Bienes y Servicios - Familia                 | Contratos | Valor                   | Participación  | Contratos | Valor                   | Participación  |
| 8210 - Publicidad                                            | 1         | \$11,219,973,483        | 100.00%        | 1         | \$11,219,973,483        | 100.00%        |
| <b>Total</b>                                                 | <b>1</b>  | <b>\$11,219,973,483</b> | <b>100.00%</b> | <b>1</b>  | <b>\$11,219,973,483</b> | <b>100.00%</b> |



A NIVEL NACIONAL:



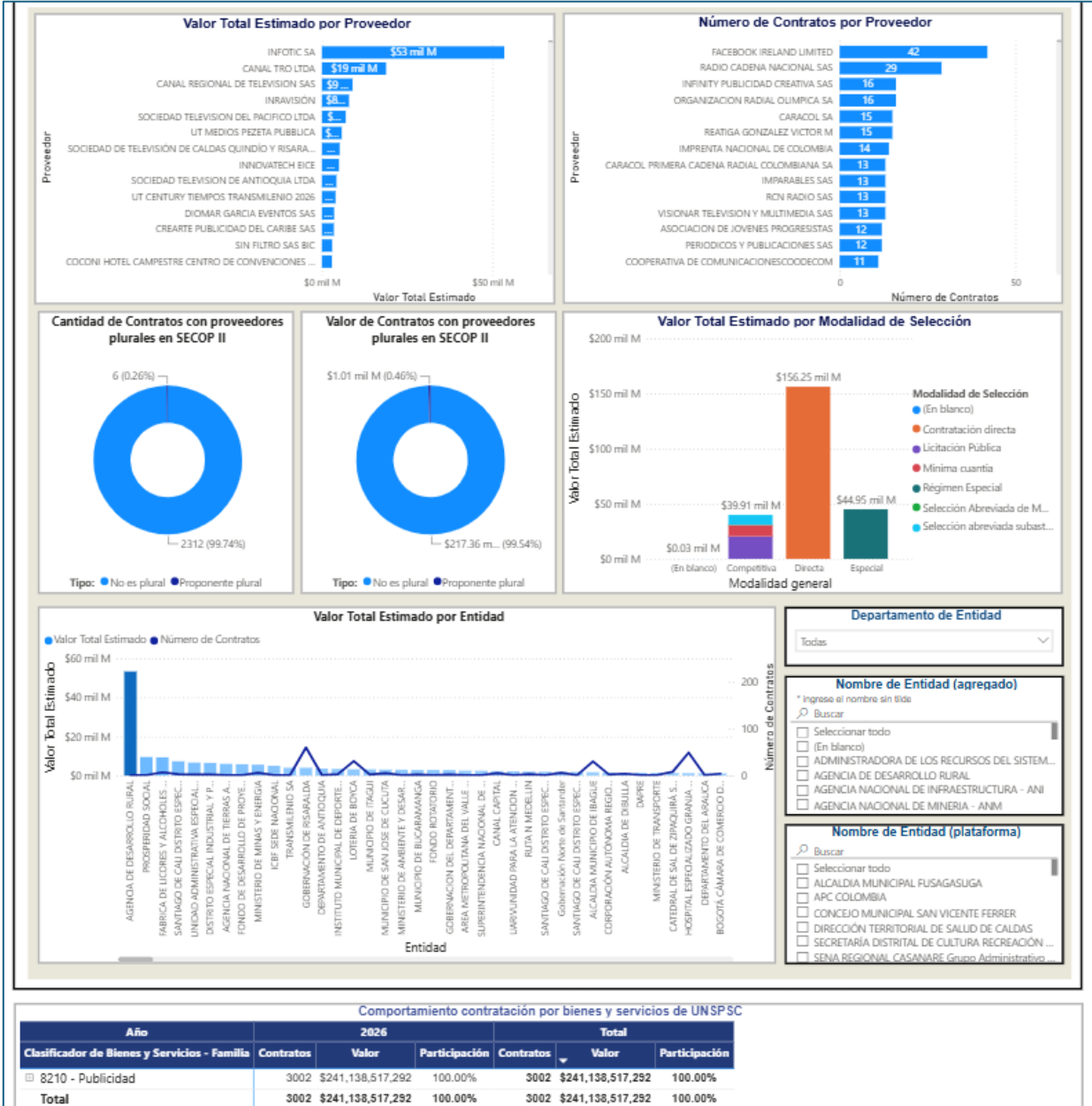
| Comportamiento contratación por bienes y servicios de UNSPSC |           |                   |               |           |                   |               |
|--------------------------------------------------------------|-----------|-------------------|---------------|-----------|-------------------|---------------|
| Año                                                          | 2025      |                   |               | Total     |                   |               |
| Classificador de Bienes y Servicios - Familia                | Contratos | Valor             | Participación | Contratos | Valor             | Participación |
| 8210 - Publicidad                                            | 6108      | \$618,666,471,380 | 100.00%       | 6108      | \$618,666,471,380 | 100.00%       |
| Total                                                        | 6108      | \$618,666,471,380 | 100.00%       | 6108      | \$618,666,471,380 | 100.00%       |



## 8. ANÁLISIS DE LA OFERTA:

Para realizar el análisis de la oferta, se acude al Modelo de Abastecimiento Estratégico – MAE y su análisis de la oferta, teniendo en cuenta las categorías UNSPSC enunciadas en el numeral 3 del presente documento, dentro de la última vigencia con información consolidada (2025); obteniendo el siguiente resultado a nivel nacional:





## ¿QUIEN VENDE?

Dentro de las empresas que pueden prestar el servicio requerido por la entidad, el cual obedece al objeto "OBJETO: Prestar los servicios para la negociación, programación, monitoreo, verificación y documentación de los espacios en medios de comunicación social del Estado y en medios que hacen uso del espectro electromagnético, en favor de las organizaciones políticas declaradas en oposición en el nivel nacional, en cumplimiento de la Ley 1909 de 2018 y de su reglamentación", encontramos entre otras las siguientes empresas:

|                                    |                              |
|------------------------------------|------------------------------|
| ZELVA ECOSISTEMA CREATIVO SAS      | ACCESO DIRECTO ASOCIADOS SAS |
| CONSORCIO NACIONAL DE MEDIOS S.A.S | METALCRIL AVISOS S.A.S.      |

|                                                                      |                                                            |
|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| SERVIMEDIOS                                                          | COLOMBIA IDENTIFICACIONES                                  |
| P73 GROUP SAS                                                        | ZOOM DISEÑO SAS                                            |
| CENTURY                                                              | CASAS COMUNICACIONES SAS                                   |
| INRAVISIÓN - SISTEMA DE MEDIOS PÚBLICOS DEL ESTADO COLOMBIANO S.A.S  | PROMOTEAM SAS                                              |
| MIACOM S.A.S.                                                        | LINO CASTRO ALBORNOZ - ESTRUCTURAS ELECTROMETALICAS CASTRO |
| IMAGROUP COLOMBIA S.A.S                                              | AVANT PREMIERE PRODUCCIONES S.A.S                          |
| PIENSA BTL S.A.S                                                     | LIFECOM LTDA                                               |
| INGRID JOHANNA RANGEL MORENO                                         | MEDIOS MILENIUM SAS                                        |
| HOPE MARKETING PUBLICIDAD Y MEDIOS SAS                               | INFINITY MARKETING Y EVENTOS SAS                           |
| MAYER CASTILLO                                                       | JUAN CAMILO MONTERO OSORIO                                 |
| INFO09                                                               | ASEUTP                                                     |
| NEXURA INTERNACIONAL SAS                                             | JAIME ARTEAGA Y ASOCIADOS SAS                              |
| PIXEL MEDIA S.A.S                                                    | TREVENKO SAS                                               |
| LA REPUBLICA                                                         | PRINTEX PUBLICIDAD SAS                                     |
| GRAFIMPRESOS IBAGUE                                                  | KREAB COLOMBIA SAS                                         |
| DREAMTEAM PUBLICIDAD S.A.S                                           | UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS                                    |
| TOP BRAND EVENTS SAS                                                 | NÉSTOR EDUARDO PARRA RODRIGUEZ                             |
| RASGO & COLOR SAS                                                    | ACTIVISION PUBLICIDAD Y EVENTOS SAS                        |
| GUSTAVO ARBELÁEZ SÚA                                                 | CUARTO PODER OR SAS                                        |
| CYAN EVENTOS Y LOGÍSTICA S.A.S                                       | GROUPE FOURMIS SAS                                         |
| FUNDACION EL CIELO EN LA TIERRA                                      | ECOBAND S.A.S.                                             |
| UNIVERSAL GROUP AGENCIA DE COMUNICACIONES S.A.S                      | VICTOR MANUEL GUZMAN TOVAR                                 |
| INNOVA PUBLICIDAD VISUAL SAS                                         | M+ LTDA                                                    |
| ARKIX S.A.S                                                          | COMERCIALIZADORA LOGISTICA S.A.S.                          |
| RAYCO S.A.                                                           | SEPTV                                                      |
| GRUPO ERCA COMUNICACION INTEGRAL SAS                                 | CORPORACION FESTIVAL FOLCLORICO COLOMBIANO                 |
| COMPAÑÍA COLOMBIANA DE DISCOS                                        | CANCES SAS                                                 |
| TRÉBOL GLOBAL GROUP SAS                                              | TEAM CONSULTORES SAS                                       |
| ENLAZA BPO                                                           | ARKIMAX INTERNACIONAL LIMITADA                             |
| DATTIS COMUNICACIONES S.A.S.                                         | LAPOST ESTUDIO                                             |
| AGRODASIN                                                            | IMAGEN Y EVENTOS J C                                       |
| CENTRO DE RECURSOS EDUCATIVOS PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL SAS | REI Y BATTLE                                               |
| PANDEMIA DIGITAL LTDA                                                | WYF TELEVISIÓN LTDA.                                       |
| CAL Y MAYOR Y ASOCIADOS S.C                                          | ASOREDES                                                   |
| LUDWING ALEXIS GOMEZ SANTANA                                         | DRIVER                                                     |
| GYS CONGRESOS Y CONVENCIONES SAS                                     | CANAL TRO LTDA                                             |
| PUNTO CARDINAL COMUNICACIONES S.A.S                                  | VIDEOBASE AGENCIA                                          |
| IMAGEN SEGURA S.A.                                                   | EFFECTIMEDIOS                                              |
| CARLOS HERNANDO RIVERA RAMÍREZ                                       | FEEL MARKETING SENSORIAL SAS                               |
| CONTENIDOS DIGITALES K SAS                                           | TELEGRAMA SAS                                              |
| JASEN CONSULTORES S.A.S.                                             | ARTE MAS POSITIVO                                          |
| IMPRESOS TRAFFIC PUBLICIDAD S.A.S.                                   | CAS MOBILIARIO S.A.                                        |
| HUYMEDIA SAS                                                         | FUNDACION ARTE PARA EL DESARROLLO                          |
| VIRTUAL TELEVISION LTDA                                              | LITTLE MONKEY BTL SAS                                      |
| FINI S.A.S                                                           | ENLACE 7 S.A.S.                                            |
| HAVAS MEDIA COLOMBIA SAS                                             | MULTI IMPRESOS SAS                                         |
| GPL MARKETING EVENTOS S.A.S                                          | FUNDACIÓN L.P LOS PRODUCTORES                              |

|                                                                    |                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO SOLUCIONES DE AUDIO Y VIDEO - SAVI | ACOTV SIMIJACA                                                               |
| PEZETA PUBLICIDAD SAS                                              | XINERMEDIA AUDIOVISUAL S.A.S.                                                |
| ARD                                                                | FUNDACIÓN RÍO AL SUR                                                         |
| AXESNET                                                            | FUNDACIÓN ARTE SIN FRONTERAS ACADEMIA DE ARTES GUERRERO                      |
| COMERCIALIZADORA COMSILA SAS                                       | RED COOPERATIVA DE MEDIOS DE COMUNICACION COMUNITARIOS DE SANTANDER LIMITADA |
| VAPP COLOMBIA S.A.S.                                               | SOCIEDAD DE TELEVISIÓN DE LAS ISLAS LTDA                                     |
| DIECISEIS 9 FILMS SAS                                              | CORPORACION JOAN MIRO                                                        |
| BIG MEDIA PUBLICIDAD SAS                                           | PROMOARTICULOS                                                               |
| INPEX PUBLICIDAD                                                   | FUNDACION CULTURAL ARCA                                                      |
| S3 SIMPLE SMART SPEEDY SAS                                         | JAVIER MONTENEGRO                                                            |
| COMCORE                                                            | METRO STUDIO S.A.                                                            |
| VASQUEZ CARO & CIA SAS                                             | PIEXITA STUDIO S A S                                                         |
| PROJECT AND INVESTMENT COOPERATIVE                                 | ADD MEDIA S.A.S                                                              |
| CANAL REGIONAL DE TELEVISION S.A.S                                 | TV SATELITE ARAUCA LTDA                                                      |
| DARIO GONZÁLEZ GONZÁLEZ                                            | LUIS FERNANDO DAVILA CARMONA                                                 |
| RACIONAL EXUBERANTE                                                | MARIO ALEXANDER VELOZA                                                       |
| UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LTDA.                         | ALVARO ENRIQUE POLANIA CADENA                                                |
| RIE EVENTOS SAS                                                    | CANAL 1                                                                      |
| PYNAR SAS                                                          | JUAN SEBASTIAN LOPEZ LOPEZ                                                   |
| GRAPHIC DESIGN                                                     | PIXELCLUB SAS                                                                |
| MERCANTIL DE INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA SAS                          | TEAM INGENIERÍA DE CONOCIMIENTO LTDA                                         |
| LATINA MUSIC GROUP SAS                                             | LUZ MADELEN ARENAS LUGO                                                      |
| LA PATRIA                                                          | UZIEL RODRIGUEZ TORO                                                         |
| SERVIENTREGA SA                                                    | IDEAS EN IMÁGENES Y COMUNICACIONES SAS                                       |
| GRUPO JARVAN Y DYS SAS                                             | IVAN GUILLERMO BARRIOS MASS                                                  |
| ESTUDIO HAIKU S.A.S                                                | ECCOSIS INGENIERIA SAS                                                       |
| PICTOGRAMA CREATIVOS SAS                                           | MIORIENTE                                                                    |
| LEMON DISEÑO Y PUBLICIDAD E.U.                                     | JUAN DARIO SANDOVAL ACUÑA                                                    |
| MAVECOL COMUNICACIONES LTDA                                        | FRANZ ALBERTO JACANAMIJOY JUAGIBIOY                                          |
| E-MOTION GLOBAL S.A.S                                              | STRATIK PUBLICIDAD SAS                                                       |
| AYMSOFT S A S                                                      | ALPRIGRAMA S.A.S                                                             |
| MONOTIPO COLECTIVO S.A.S                                           | CORPORACION PACA                                                             |
| EXPRECARDS S.A.S.                                                  | MOTION FILMS                                                                 |
| MIND MARKETING INDUSTRIAL S.A.S.                                   | MASTER TOOL E.U.                                                             |

Dentro de las sociedades potencialmente interesadas se identificaron en su mayoría se encuentran dentro de la categoría de pequeña y mediana empresa. Sin embargo, existen en el mercado sociedades categorizadas como gran empresa que dentro de su portafolio de servicios incluyen servicios relacionados con servicios de central de medios y gestión de pauta en medios masivos. De acuerdo con la anterior información, la Entidad establecerá en los pliegos de condiciones los criterios diferenciales para MIPYMES.

## 8.1. INDUSTRIA NACIONAL

De conformidad con el ARTÍCULO 2.2.1.2.4.2.9. del decreto 680 de 2021, el cual establece (...) Puntaje para la promoción de la industria nacional en los Procesos de Contratación de servicios. La Entidad Estatal en los Procesos de Contratación de

servicios, otorgará el puntaje de que trata el inciso primero del artículo 2 de la Ley 816 de 2003 al proponente que oferte Servicios Nacionales o servicios extranjeros con trato nacional de acuerdo con la regla de origen aplicable. En los contratos que deban cumplirse en Colombia, la Entidad Estatal definirá de manera razonable y proporcionada los bienes colombianos relevantes teniendo en cuenta:

- El análisis del sector económico y de los oferentes, y, toda aquella información adicional con la que cuente la Entidad Estatal en la etapa de planeación del Proceso de Contratación;
- El porcentaje de participación de los bienes en el presupuesto del Proceso de Contratación;
- La existencia de los bienes en el Registro de Productores de Bienes Nacionales, en los términos del Decreto 2680 de 2009 o las normas que lo modifiquen, aclaren, adicionen o sustituyan.

En aquellos casos en que, de acuerdo con el objeto contractual, no existan bienes colombianos relevantes o no exista oferta nacional de los mismos en el Registro de Productores de Bienes Nacionales, la Entidad Estatal otorgará el puntaje de que trata el inciso primero del artículo 2 de la Ley 816 de 2003 al proponente que vincule el porcentaje mínimo establecido por la Entidad Estatal de empleados o contratistas por prestación de servicios colombianos, que no podrá ser inferior al 40% del total de empleados y contratistas asociados al cumplimiento del contrato.

Teniendo en cuenta el análisis técnico efectuado en relación los bienes que son requeridos en el presente objeto de contratación, sobre los cuales no corresponde a bienes dentro del registro de producción de bienes nacionales, no obstante, el componente de los servicios requeridos tiene un alto componente de servicios nacionales. En consecuencia, el puntaje de apoyo a la industria nacional se otorgará por la oferta de servicios nacionales o con trato nacional y por la vinculación de al menos el 40 % de personal colombiano, en los términos del artículo 2.2.1.2.4.2.9 del Decreto 1082 de 2015.

## **9. ESTUDIO DE MERCADO**

El presupuesto oficial para el proceso de contratación será por la suma de **OCHO MIL SEISCIENTOS VEINTICINCO MILLONES CUARENTA Y SEIS MIL DOSCIENTOS DIECISÉIS PESOS M/CTE (\$8.625.046.216) IVA INCLUIDO Y DEMÁS IMPUESTOS, TASAS Y EROGACIONES.**

Con el fin de establecer el análisis económico para el año 2026, el Consejo Nacional Electoral utilizó la plataforma SECOP II, para solicitar información a los proveedores (solicitud de cotización), SIP-CNE-025-2026, como se evidencia a continuación:

**Proceso : SOLICITUD DE INFORMACION A PROVEEDORES - SIP-CNE-025-2026** (id CO1.BDO3.10921627)

**Solicitud de información a los Proveedores**  
SIP-CNE-025-2026 [\[Detalles\]](#) [\[Imprimir\]](#)

Unidad de contratación: Área de compras  
(ver lista)

Instrucción a seguir para la elaboración del estudio de mercado y del análisis del sector del proceso de contratación de los servicios para la compra, programación, monitoreo, verificación y documentación de los espacios en medios de comunicación social del Estado y en medios que hacen uso del espectro electromagnético, en favor de las organizaciones públicas, inscritas en el registro de la Ley 1080 de 2015 y de su reglamentación.

(Zona: Iquitos (UTC-05:00) Bogotá, Lima, Quito)  
Fecha de presentación de ofertas: 20/03/2026 7:00 PM - Fecha de publicación: 05/03/2026 8:00 PM

**LÍNEA DE TIEMPO**

Fecha de publicación de concurso: 05/03/2026  
Fecha para recibir solicitudes: 05/03/2026  
Presentación de ofertas: 05/03/2026

**LISTA DE OFERTAS**

| Referencia de oferta                                    | Entidad                                | Presentada         | Oferta         |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------|--------------------|----------------|
| ESTUDIO DE MERCADO CNE                                  | INRAVISIÓN                             | 20/03/2026 5:29 PM | 102.500.026.79 |
| Estudio de mercado                                      | MARIN CASTILLO                         | 20/03/2026 5:04 PM | 1              |
| Prensa ETL                                              | PIENSA ETL S.A.S                       | 20/03/2026 4:31 PM | 487.000.000    |
| Infobit                                                 | Eduardo David Palma                    | 20/03/2026 4:01 PM | 803.157.000    |
| COTIZACIÓN SERVIDORES PROCES SIP-CNE-025-2026           | SERVIMEDICOS                           | 20/03/2026 3:32 PM | 389.298.140    |
| SIP-CNE-025-2026 SOLICITUD DE INFORMACION A PROVEEDORES | HOPE MARKETING PUBLICIDAD Y MEDIOS SAS | 20/03/2026 3:40 PM | 224.702.000.00 |
| SEVA ECOSISTEMA INFORMACION PROVEEDORES                 | SEVA ECOSISTEMA CREATIVO SAS           | 20/03/2026 3:43 PM | 162.717.088    |

**EVALUACIÓN ECONÓMICA**  
EVALUACIÓN

**PROVEEDORES**  
605

**OPCIONES**  
OBSERVACIONES AL PUESTO DE CONDICIONES  
RE. OBSERVACIONES  
JUAN FREDY PAZ GONZALEZ  
CONTRATACIONES  
MAYOR S.A.S.  
20/03/2026 4:07 PM  
20/03/2026 1:40 PM  
Ver más  
MENSAJES  
Información sobre la oferta  
HOPE MARKETING PUBLIC...  
20/03/2026 4:40 PM  
Ver más  
TABLA  
20 Items  
Ver más  
MODIFICACIONES Y ADENDA  
No tiene ninguna modificación

Posterior a ello, se realiza la verificación de las empresas cotizantes en el RUES (REGISTRO UNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL) <https://www.rues.org.co>

NOTA: Los posibles oferentes y/o personas naturales cuentan con el objeto social, la actividad económica y/o experiencia relacionada con el objeto del presente proceso de contratación.

## INRAVISIÓN:

**rues**  
Registro Único Empresarial y Social

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes Servicios cámaras Estadísticas Ayuda

**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC S.A.S**

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

**Registro Mercantil**

Información general Actividad económica Representante legal Propietario / Establecimiento

**Identificación**  
NIT 900002583 - 6  
Categoría de la Matricula  
Sociedad ó persona jurídica principal ó esal  
Tipo de Sociedad  
Sociedad comercial  
Tipo Organización  
Sociedades por acciones simplificadas sas  
Cámara de Comercio  
Bogotá  
Número de Matricula  
14346314

**Fecha de Matricula**  
2004/11/29  
Fecha de Vigencia  
Indefinido  
Estado de la matricula  
Activo  
Fecha de renovación  
2026/03/30  
Último año renovado  
2026  
Fecha de Actualización  
2026/10/05  
Emprendimiento Social  
N

**Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio**  
[Comprobar Certificado](#)

**Tenga en cuenta:**  
Si la categoría de la matricula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.  
Para el caso de las Personas Naturales, Establecimientos de Comercio y Agencias solicite el Certificado de Matricula.

**rues**  
Registro Único Empresarial y Social

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes Servicios cámaras Estadísticas Ayuda

**RADIO TELEVISIÓN NACIONAL DE COLOMBIA RTVC S.A.S**

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

**Registro Mercantil**

Información general Actividad económica Representante legal Propietario / Establecimiento

**6020**  
Actividades de programación y transmisión de televisión  
**6010**  
Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora  
**6130**  
Actividades de telecomunicación satelital

**Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio**  
[Comprobar Certificado](#)

**Tenga en cuenta:**  
Si la categoría de la matricula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.  
Para el caso de las Personas Naturales, Establecimientos de Comercio y Agencias solicite el Certificado de Matricula.

## MAYER CASTILLO

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes Servicios cámaras Estadísticas Ayuda

### CASTILLO INGENIERIA Y CONSTRUCCIONES SAS

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

#### Registro Mercantil

| Información general                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Actividad económica | Representante legal | Propietario / Establecimiento                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Sigla</b><br>CASMAT SAS<br><b>Identificación</b><br>NIT 900818078 - 0<br><b>Categoría de la Matrícula</b><br>Sociedad ó persona jurídica principal ó esal<br><b>Tipo de Sociedad</b><br>Sociedad comercial<br><b>Tipo Organización</b><br>Sociedades por acciones simplificadas sas<br><b>Cámara de Comercio</b><br>Bogota<br><b>Número de Matrícula</b><br>2539718 |                     |                     | <b>Fecha de Matrícula</b><br>2015/02/06<br><b>Fecha de Vigencia</b><br>Indefinido<br><b>Estado de la matrícula</b><br>Activa<br><b>Fecha de renovación</b><br>2026/03/05<br><b>Último año renovado</b><br>2026<br><b>Fecha de Actualización</b><br>2026/03/05<br><b>Emprendimiento Social</b><br>N |

**Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio**  
 [Comprar Certificado](#)  
**Tenga en cuenta:**  
*Si la categoría de la matrícula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.*  
*Para el caso de las Personas Naturales, Establecimientos de Comercio y Agencias solicite el Certificado de Matrícula.*

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes Servicios cámaras Estadísticas Ayuda

### CASTILLO INGENIERIA Y CONSTRUCCIONES SAS

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

#### Registro Mercantil

| Información general                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Actividad económica | Representante legal | Propietario / Establecimiento |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| <b>4290</b><br>Construcción de otras obras de ingeniería civil<br><b>7112</b><br>Actividades de ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica<br><b>8299</b><br>Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.<br><b>4663</b><br>Comercio al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, pinturas, productos de vidrio, equipo y materiales de fontanería y calefacción |                     |                     |                               |

**Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio**  
 [Comprar Certificado](#)  
**Tenga en cuenta:**  
*Si la categoría de la matrícula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.*

**NOTA:** La empresa no pertenece al sector, razón por la cual, su cotización no será tenida en cuenta para el estudio de mercado.

## PIENSA BTL SAS



Registro Único Empresarial y social

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes Servicios cámaras Estadísticas Ayuda

PIENSA BTL S A S

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

Registro Mercantil

Información general

Actividad económica

Representante legal

Propietario / Establecimiento

**Identificación**  
NIT 900400796 - 5  
**Categoría de la Matrícula**  
Sociedad ó persona jurídica principal ó esal  
**Tipo de Sociedad**  
Sociedad comercial  
**Tipo Organización**  
Sociedades por acciones simplificadas sas  
**Cámara de Comercio**  
Bogota  
**Número de Matrícula**  
2049408

**Fecha de Matrícula**  
2010/12/10  
**Fecha de Vigencia**  
Indefinido  
**Estado de la matrícula**  
Activa  
**Fecha de renovación**  
2026/03/24  
**Último año renovado**  
2026  
**Fecha de Actualización**  
2026/06/23  
**Emprendimiento Social**  
N

**Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio**  
 [Comprar Certificado](#)  
**Tenga en cuenta:**  
*Si la categoría de la matrícula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.*  
*Para el caso de las Personas Naturales, Establecimientos de Comercio y Agencias solicite el Certificado de Matrícula.*



Registro Único Empresarial y social

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes Servicios cámaras Estadísticas Ayuda

PIENSA BTL S A S

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

Registro Mercantil

Información general

Actividad económica

Representante legal

Propietario / Establecimiento

**8230**  
Organización de convenciones y eventos comerciales  
**4645**  
Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador  
**7310**  
Publicidad  
**8299**  
Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.

**Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio**  
 [Comprar Certificado](#)  
**Tenga en cuenta:**  
*Si la categoría de la matrícula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.*

## EDUARDO DAVILA PALMA:

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes Servicios cámaras Estadísticas Ayuda

Tipo de Registro

IdentificaciónNombre / Palabra ClaveMatrícula

Registro Mercantil1001914003Camara...

Buscar



Búsqueda Avanzada

Use el formulario de arriba para realizar una búsqueda avanzada por identificación, nombre o matrícula.



**NOTA:** La empresa no se encuentra en el registro, razón por la cual, su cotización no será tomada en cuenta para el estudio de mercado.

## SERVIMEDIOS

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes Servicios cámaras Estadísticas Ayuda

SERVIMEDIOS S.A.S

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

### Registro Mercantil

Información general

Actividad económica

Representante legal

Propietario / Establecimiento

**Identificación**  
NIT 800045878 - 5  
**Categoría de la Matrícula**  
Sociedad ó persona jurídica principal ó esal  
**Tipo de Sociedad**  
Sociedad comercial  
**Tipo Organización**  
Sociedades por acciones simplificadas sas  
**Cámara de Comercio**  
Bogota  
**Número de Matrícula**  
142786

**Fecha de Matrícula**  
1980/10/17  
**Fecha de Vigencia**  
Indefinido  
**Estado de la matrícula**  
Activa  
**Fecha de renovación**  
2026/03/26  
**Último año renovado**  
2026  
**Fecha de Actualización**  
2026/03/26  
**Emprendimiento Social**  
N

**Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio**  
 [Comprobar Certificado](#)  
**Tenga en cuenta:**  
*Si la categoría de la matrícula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.*  
*Para el caso de las Personas Naturales, Establecimientos de Comercio y Agencias solicite el Certificado de Matrícula.*



Registro Único Empresarial y social

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes Servicios cámaras Estadísticas Ayuda

SERVIMEDIOS S.A.S

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

Registro Mercantil

Información general

Actividad económica

Representante legal

Propietario / Establecimiento

**7310**  
Publicidad  
**6020**  
Actividades de programación y transmisión de televisión  
**6010**  
Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora  
**5811**  
Edición de libros

Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio

 [Comprar Certificado](#)

Tenga en cuenta:

Si la categoría de la matrícula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.

Para el caso de las Personas Naturales, Establecimientos de Comercio y Agencias solicite el Certificado de Matrícula.

## HOPE MARKETING PUBLICIDAD Y MEDIOS



Registro Único Empresarial y social

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes Servicios cámaras Estadísticas Ayuda

HOPE MARKETING PUBLICIDAD Y MEDIOS SAS

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

Registro Mercantil

Información general

Actividad económica

Representante legal

Propietario / Establecimiento

**Identificación**  
NIT 901567759 - 3  
**Categoría de la Matrícula**  
Sociedad ó persona jurídica principal ó esal  
**Tipo de Sociedad**  
Sociedad comercial  
**Tipo Organización**  
Sociedades por acciones simplificadas sas  
**Cámara de Comercio**  
Bogotá  
**Número de Matrícula**  
3486721

**Fecha de Matrícula**  
2022/02/21  
**Fecha de Vigencia**  
Indefinido  
**Estado de la matrícula**  
Activa  
**Fecha de renovación**  
2026/03/31  
**Último año renovado**  
2026  
**Fecha de Actualización**  
2026/04/08  
**Emprendimiento Social**  
N

Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio

 [Comprar Certificado](#)

Tenga en cuenta:

Si la categoría de la matrícula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.

Para el caso de las Personas Naturales, Establecimientos de Comercio y Agencias solicite el Certificado de Matrícula.



Registro Único Empresarial y social

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes ▾ Servicios cámaras ▾ Estadísticas Ayuda

## HOPE MARKETING PUBLICIDAD Y MEDIOS SAS

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

### Registro Mercantil

|                     |                     |                     |                               |
|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| Información general | Actividad económica | Representante legal | Propietario / Establecimiento |
|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|

**7310**  
Publicidad  
**5911**  
Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión

**Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio**

 [Comprar Certificado](#)

**Tenga en cuenta:**

## ZELVA ECOSISTEMA CREATIVO



Registro Único Empresarial y social

Inicio ¿Qué es el RUES? Consulta de registros Descarga de reportes ▾ Servicios cámaras ▾ Estadísticas Ayuda

## ZELVA ECOSISTEMA CREATIVO SAS

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

### Registro Mercantil

|                     |                     |                     |                               |
|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| Información general | Actividad económica | Representante legal | Propietario / Establecimiento |
|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|

**Identificación**  
NIT 830047108 - 0  
**Categoría de la Matrícula**  
Sociedad ó persona jurídica principal ó esal  
**Tipo de Sociedad**  
Sociedad comercial  
**Tipo Organización**  
Sociedades por acciones simplificadas sas  
**Cámara de Comercio**  
Bogotá  
**Número de Matrícula**  
880878

**Fecha de Matrícula**  
1998/07/14  
**Fecha de Vigencia**  
Indefinido  
**Estado de la matrícula**  
Activa  
**Fecha de renovación**  
2026/03/19  
**Último año renovado**  
2026  
**Fecha de Actualización**  
2026/03/19  
**Emprendimiento Social**  
N

**Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio**

 [Comprar Certificado](#)

**Tenga en cuenta:**

*Si la categoría de la matrícula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.*

*Para el caso de las Personas Naturales, Establecimientos de Comercio y Agencias solicite el Certificado de Matrícula.*



[Inicio](#)
[¿Qué es el RUES?](#)
[Consulta de registros](#)
[Descarga de reportes](#)
[Servicios cámaras](#)
[Estadísticas](#)
[Ayuda](#)

## ZELVA ECOSISTEMA CREATIVO SAS

[Volver a los resultados de búsqueda](#)

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

### Registro Mercantil

Información general

Actividad económica

Representante legal

Propietario / Establecimiento

**Servicios disponibles a través de la Cámara de Comercio**

 [Comprar Certificado](#)

**Tenga en cuenta:**

*Si la categoría de la matrícula es Sociedad, Persona Jurídica Principal ó Sucursal solicite el Certificado de Existencia y Representación Legal.*

**7310**  
Publicidad

**7320**  
Estudios de mercado y realización de encuestas de opinión pública

**7420**  
Actividades de fotografía

**5911**  
Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión

## 9.1. ANÁLISIS COTIZACIONES

Con el fin de dar cumplimiento a lo establecido en el numeral 4to., del artículo 2.2.1.1.2.1.1., del decreto 1082 de 2015 “Estudios y documentos previos”, el cual señala: “El valor estimado del contrato y la justificación del mismo”. Cuando el valor del contrato esté determinado por precios unitarios, la Entidad Estatal debe incluir la forma como los calculó y soportar sus cálculos de presupuesto en la estimación de aquellos. “(...)”, en virtud a lo anterior, el Consejo Nacional Electoral, procedió a consolidar las cotizaciones obtenidas para cada uno de los ítems objeto de adquisición. El Comité Económico Estructurador realizará la siguiente proyección, la cual será la base para determinar el presupuesto con el cual se podrá suplir la necesidad de la entidad.

### COTIZACIONES:

| MEDIOS DE COMUNICACIÓN |                                   |                  |       |                   |                  |                   |                   |                   |                            |
|------------------------|-----------------------------------|------------------|-------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------------|
| ITEM                   | DESCRIPCIÓN DEL BIEN Y/O SERVICIO | UNIDAD DE MEDIDA | CANT. | COTIZACIONES      |                  |                   |                   |                   |                            |
|                        |                                   |                  |       | INRAVISIÓN        | MAYER CASTILLO   | PIENSA BTL        | EDUARDO DAVILA    | SERVIMEDIOS       | ZELVA ECOSISTEMAS CREATIVO |
| TELEVISIÓN             |                                   |                  |       |                   |                  |                   |                   |                   |                            |
| 1                      | CARACOL TELEVISIÓN S.A            | MINUTO           | 1     | \$ 86.290.500,00  | \$ 35.900.000,00 | \$ 235.750.000,00 | \$ 239.000.000,00 | \$ 135.000.000,00 | \$ 81.725.220,00           |
| 2                      | RCN TELEVISIÓN S.A                | MINUTO           | 1     | \$ 52.848.858,00  | \$ 29.000.000,00 | \$ 162.000.000,00 | \$ 173.000.000,00 | \$ 90.000.000,00  | \$ 50.397.423,00           |
| 3                      | CANAL UNO                         | MINUTO           | 1     | \$ 25.760.000,00  | \$ 9.000.000,00  | \$ 47.500.000,00  | \$ 60.000.000,00  | \$ 45.000.000,00  | \$ 16.360.334,00           |
| 4                      | RTVC                              | MINUTO           | 1     | \$ 4.861.355,00   | \$ 2.200.000,00  | \$ 12.500.000,00  | \$ 13.500.000,00  | \$ 18.000.000,00  | \$ 5.785.012,00            |
|                        |                                   |                  |       | \$ 169.760.713,00 | \$ 76.100.000,00 | \$ 457.750.000,00 | \$ 485.500.000,00 | \$ 288.000.000,00 | \$ 154.267.989,00          |
| RADIO                  |                                   |                  |       |                   |                  |                   |                   |                   |                            |

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |   |                   |                  |                   |                   |                   |                   |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1                | RADIO NACIONAL DE COLOMBIA - RTVC                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | MINUTO | 1 | \$ 594.112,00     | \$ 1.000.000,00  | \$ 9.300.000,00   | \$ 9.500.000,00   | \$ 15.800.000,00  | \$ 4.666.440,00   |
|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |   | \$ 594.112,00     | \$ 1.000.000,00  | \$ 9.300.000,00   | \$ 9.500.000,00   | \$ 15.800.000,00  | \$ 4.666.440,00   |
| <b>MONITOREO</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |   |                   |                  |                   |                   |                   |                   |
| 1                | SERVICIO DE MONITOREO, SEGUIMIENTO Y VERIFICACIÓN DE LA EFECTIVA DIVULGACIÓN DE LOS CONTENIDOS CORRESPONDIENTES AL ESTATUTO DE LA OPOSICIÓN EN TELEVISIÓN Y RADIO DE COBERTURA NACIONAL, QUE PERMITA ACREDITAR LAS EMISIONES Y TRANSMISIONES REALIZADAS, IDENTIFICANDO MEDIO, FECHA, HORARIO, DURACIÓN Y DEMÁS CONDICIONES DE DIVULGACIÓN, CON SUS RESPECTIVOS SOPORTES Y EVIDENCIAS AUDIOVISUALES O SONORAS. | MES    | 1 | \$ 9.298.000,00   | \$ 6.500.000,00  | \$ 47.000.000,00  | \$ 65.000.000,00  | \$ 22.800.000,00  | \$ 4.000.000,00   |
|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |   | \$ 9.298.000,00   | \$ 6.500.000,00  | \$ 47.000.000,00  | \$ 65.000.000,00  | \$ 22.800.000,00  | \$ 4.000.000,00   |
| <b>COMISIÓN</b>  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |   |                   |                  |                   |                   |                   |                   |
| 1                | COMISIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | %      | 1 | 9%                | 3%               | 14%               | 15%               | 17%               | 2%                |
|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |   | \$ 15.331.934,25  | \$ 2.313.000,00  | \$ 65.387.000,00  | \$ 74.250.000,00  | \$ 51.646.000,00  | \$ 3.178.688,58   |
| <b>TOTAL</b>     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |   | \$ 194.984.759,25 | \$ 85.913.000,00 | \$ 579.437.000,00 | \$ 634.250.000,00 | \$ 378.246.000,00 | \$ 166.113.117,58 |

**NOTA:** Es importante precisar que las cotizaciones de las empresas **MAYER CASTILLO y EDUARDO DAVILA** no serán tenidas en cuenta por lo enunciado en el punto anterior. Así las cosas, se continúa el estudio de la siguiente manera:

### CRITERIOS ESTADÍSTICOS:

Para el precio de referencia se tuvieron en cuenta los siguientes criterios y las siguientes formulas estadísticas:

| DESVIACION                                              | COEFICIENTE DE VARIACION                                                                                                                                                          | MEDIA GEOMETRICA                                  |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| $s = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$ | $CV = \frac{\sigma}{\mu} \cdot 100\%$<br>Donde:<br>CV = Coeficiente de variación.<br>$\sigma$ = desviación estándar de la población.<br>$\mu$ = media aritmética de la población. | $\bar{x}_G = \sqrt[n]{x_1 * x_2 * x_3 ... * x_n}$ |
| PROMEDIO                                                | MEDIANA                                                                                                                                                                           | OTRAS                                             |
| $\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$                  | $Me = L_i + \frac{\frac{n}{2} - F_{i-1}}{f_i} \cdot a_i$                                                                                                                          | MENOR VALOR DE LAS COTIZACIONES                   |

- MENOR VALOR UNITARIO: Entre los precios cotizados
- PROMEDIO: Entre los precios cotizados
- MEDIANA entre los precios cotizados
- MEDIA GEOMETRICA entre los precios cotizados
- DESVIACIÓN ESTANDAR se determina entre el MENOR VALOR UNITARIO y/o el PROMEDIO
- DISPERSIÓN (coeficiente de variación relativa) se determina de la división de la DESVIACION ESTANDAR y el PROMEDIO (criterio de la desviación).

| ITEM              | DESCRIPCIÓN DEL BIEN Y/O SERVICIO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | UNIDAD DE MEDIDA | CANT. | INRAVISIÓN       | PIENSA BTL        | SERVIMEDIOS       | ZELVA ECOSISTEMAS CREATIVO | MENOR VALOR UNITARIO | PROMEDIO          | MEDIANA           | MEDIA GEOMETRICA  | DESVIACIÓN ESTANDAR |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------|------------------|-------------------|-------------------|----------------------------|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| <b>TELEVISIÓN</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                  |                   |                   |                            |                      |                   |                   |                   |                     |
| 1                 | CARACOL TELEVISIÓN S.A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | MINUTO           | 1     | \$ 86.290.500,00 | \$ 235.750.000,00 | \$ 135.000.000,00 | \$ 81.725.220,00           | \$ 81.725.220,00     | \$ 134.691.430,00 | \$ 110.645.250,00 | \$ 122.398.512,00 | \$ 37.452.766,00    |
| 2                 | RCN TELEVISIÓN S.A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | MINUTO           | 1     | \$ 52.848.858,00 | \$ 162.000.000,00 | \$ 90.000.000,00  | \$ 50.397.423,00           | \$ 50.397.423,00     | \$ 88.811.570,00  | \$ 71.424.429,00  | \$ 78.940.590,00  | \$ 27.162.904,00    |
| 3                 | CANAL UNO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | MINUTO           | 1     | \$ 25.760.000,00 | \$ 47.500.000,00  | \$ 45.000.000,00  | \$ 16.360.334,00           | \$ 16.360.334,00     | \$ 33.655.084,00  | \$ 35.380.000,00  | \$ 30.807.825,00  | \$ 12.229.235,00    |
| 4                 | RTVC                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | MINUTO           | 1     | \$ 4.861.355,00  | \$ 12.500.000,00  | \$ 18.000.000,00  | \$ 5.785.012,00            | \$ 4.861.355,00      | \$ 10.286.592,00  | \$ 9.142.506,00   | \$ 8.918.895,00   | \$ 3.836.222,00     |
| <b>RADIO</b>      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                  |                   |                   |                            |                      |                   |                   |                   |                     |
| 1                 | RADIO NACIONAL DE COLOMBIA - RTVC                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | MINUTO           | 1     | \$ 594.112,00    | \$ 9.300.000,00   | \$ 15.800.000,00  | \$ 4.666.440,00            | \$ 594.112,00        | \$ 7.590.138,00   | \$ 6.983.220,00   | \$ 4.492.608,00   | \$ 4.946.937,00     |
| <b>MONITOREO</b>  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                  |                   |                   |                            |                      |                   |                   |                   |                     |
| 1                 | SERVICIO DE MONITOREO, SEGUIMIENTO Y VERIFICACIÓN DE LA EFECTIVA DIVULGACIÓN DE LOS CONTENIDOS CORRESPONDIENTES AL ESTATUTO DE LA OPOSICIÓN EN TELEVISIÓN Y RADIO DE COBERTURA NACIONAL, QUE PERMITA ACREDITAR LAS EMISIONES Y TRANSMISIONES REALIZADAS, IDENTIFICANDO MEDIO, FECHA, HORARIO, DURACIÓN Y DEMÁS CONDICIONES DE DIVULGACIÓN, CON SUS RESPECTIVOS SOPORTES Y EVIDENCIAS AUDIOVISUALES O SONORAS. | MES              | 1     | \$ 9.298.000,00  | \$ 47.000.000,00  | \$ 22.800.000,00  | \$ 4.000.000,00            | \$ 4.000.000,00      | \$ 20.774.500,00  | \$ 16.049.000,00  | \$ 14.129.297,00  | \$ 11.861.363,00    |
| <b>COMISIÓN</b>   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                  |                   |                   |                            |                      |                   |                   |                   |                     |
| 1                 | COMISIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | %                | 1     | 9%               | 14%               | 17%               | 2%                         | 2%                   | 11%               | 12%               | 8%                | 6%                  |

## PRECIOS DE REFERENCIA

Luego de verificadas las cotizaciones y la apropiación presupuestal se determina escoger la métrica más conveniente para las partes teniendo en cuenta factor precio, calidad y pluralidad al proceso de selección cumpliendo el principio de economía; esto asegurando que el valor de los bienes se encuentre dentro de un margen coherente para determinar el precio más favorable y así mismo siendo incluyentes con todos los posibles interesados en el proceso de selección. El comité económico realizó las siguientes proyecciones:

| MEDIOS                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                   |                  |                 |                           |                            |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------|-------------------|------------------|-----------------|---------------------------|----------------------------|
| ITEM                    | DESCRIPCIÓN DEL BIEN Y/O SERVICIO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | UNIDAD DE MEDIDA | CANT. | VR. UNITARIO      | COMISIÓN (9%)    | IVA             | VR. UNITARIO INCLUIDO IVA | VR. UNITARIO INCLUIDO IVA  |
| <b>TELEVISIÓN</b>       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                   |                  |                 |                           |                            |
| 1                       | CARACOL TELEVISIÓN S.A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | MINUTO           | 30    | \$ 134.691.430,00 | \$ 12.122.229,00 | \$ 2.303.224,00 | \$ 149.116.883,00         | \$ 4.473.506.490,00        |
| 2                       | RCN TELEVISIÓN S.A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | MINUTO           | 30    | \$ 71.424.429,00  | \$ 6.428.199,00  | \$ 1.221.358,00 | \$ 79.073.986,00          | \$ 2.372.219.580,00        |
| 3                       | CANAL UNO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | MINUTO           | 30    | \$ 35.380.000,00  | \$ 3.184.200,00  | \$ 604.998,00   | \$ 39.169.198,00          | \$ 1.175.075.940,00        |
| 4                       | RTVC                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | MINUTO           | 30    | \$ 10.286.592,00  | \$ 925.793,00    | \$ 175.901,00   | \$ 11.388.286,00          | \$ 341.648.580,00          |
| <b>TOTAL TELEVISIÓN</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                   |                  |                 |                           | <b>\$ 8.362.450.590,00</b> |
| <b>RADIO</b>            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                   |                  |                 |                           |                            |
| 1                       | RADIO NACIONAL DE COLOMBIA - RTVC                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | MINUTO           | 30    | \$ 6.983.220,00   | \$ 628.490,00    | \$ 119.413,00   | \$ 7.731.123,00           | \$ 231.933.690,00          |
| <b>TOTAL RADIO</b>      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                   |                  |                 |                           | <b>\$ 231.933.690,00</b>   |
| <b>MONITOREO</b>        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                   |                  |                 |                           |                            |
| 1                       | SERVICIO DE MONITOREO, SEGUIMIENTO Y VERIFICACIÓN DE LA EFECTIVA DIVULGACIÓN DE LOS CONTENIDOS CORRESPONDIENTES AL ESTATUTO DE LA OPOSICIÓN EN TELEVISIÓN Y RADIO DE COBERTURA NACIONAL, QUE PERMITA ACREDITAR LAS EMISIONES Y TRANSMISIONES REALIZADAS, IDENTIFICANDO MEDIO, FECHA, HORARIO, DURACIÓN Y DEMÁS CONDICIONES DE DIVULGACIÓN, CON SUS RESPECTIVOS SOPORTES Y EVIDENCIAS AUDIOVISUALES O SONORAS. | MES              | 1     | \$ 25.766.333,00  |                  | \$ 4.895.603,00 |                           | \$ 30.661.936,00           |
| <b>TOTAL MONITOREO</b>  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                   |                  |                 |                           | <b>\$ 30.661.936,00</b>    |
| <b>TOTAL</b>            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |       |                   |                  |                 |                           | <b>\$ 8.625.046.216,00</b> |

Los valores finales nacen de las variables estadísticas resultantes del estudio de mercado como el promedio, la media y usando la dispersión y la desviación estándar para los datos que se encontraban con valores muy alejados del promedio de cotizaciones.

El análisis de precios de los servicios se considerará como fijos y firmes, por ende serán de carácter obligatorio para las partes en la cuantificación del contrato y, en consecuencia, será de carácter obligatorio durante la totalidad del período de ejecución del contrato a celebrarse y por ningún motivo o circunstancia se podrá cambiar este condicionamiento contractual.

**NOTA 1:** Los interesados en participar en el presente proceso deberán ofertar la totalidad de los ítems exigidos, cumpliendo con las especificaciones técnicas sin sobrepasar el precio de referencia por cada uno de los ítems que incluye el IVA (EN CASO DE APLICAR), de no ser así, se entendería que se encuentra incurso en causal de rechazo por haber sobrepasado los valores de referencia establecidos por la entidad.

**NOTA 2:** El Consejo Nacional Electoral, en aras de garantizar la aplicación al principio de igualdad y de selección objetiva, y dando aplicación los lineamientos dados por la AGENCIA NACIONAL COLOMBIA COMPRA EFICIENTE, adelantará la evaluación de las propuestas económicas sobre el precio real ofrecido por cada proponente, esto es, con la

inclusión de los impuestos, que se entienden parte del precio. Así, si un oferente ES RESPONSABLE DE IVA y ello influye en el precio ofertado, la evaluación se debe hacer sobre el precio final, sin importar si en el proceso existen otros oferentes NO RESPONSABLES DE IVA (ANTES REGIMEN SIMPLIFICADO); lo anterior de conformidad con el concepto 4201912000006059 y al Radicado N°: 2202013000002353 de Colombia Compra Eficiente.

TODOS REQUERIMIENTO QUE EL COMITÉ EVALUADOR REALICE AL OFERENTE – SU RESPUESTA DEBE SER PÚBLICA MÁS NO PRIVADO EN LA PLATAFORMA TRANSACCIONAL DEL SECOP II, – ASIMISMO SUS OBSERVACIONES Y SUS RESPUESTAS DEBEN REALIZARSE POR EL LINK OBSERVACIONES DE LA PLATAFORMA TRANSACCION SECOP II. IGUALMENTE, EL FORMATO SUBIDO AL SECOP II CON LA PROPUESTA ECONÓMICA POR PARTE DE LA ENTIDAD NO PUEDE SER MODIFICADO.

## 10. ANALISIS FINANCIERO Y ORGANIZACIONAL

Los indicadores financieros permitirán a la Entidad medir o cuantificar la realidad económica y financiera de las personas jurídicas y naturales interesadas en participar en el proceso y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones. Los oferentes deberán cumplir con los requisitos mínimos, que demuestren la solidez financiera y económica, brindando la certeza de su estabilidad, permanencia, sostenibilidad económica, financiera y organizacional, lo cual incide directamente en el desarrollo óptimo del alcance del objeto a contratar.

Con el fin de determinar los indicadores financieros de las empresas participantes y siguiendo la metodología recomendada por la Guía para la Elaboración de Estudios del Sector de Colombia Compra Eficiente, la cual sugiere utilizar medidas de tendencia central con el fin de caracterizar las variables financieras y poder definir en forma acertada los indicadores de capacidad financiera y organizacional, se analizaron los siguientes indicadores así:

La información ha sido tomada del Registro Único de Proponentes de cada una de las empresas:

| RAZÓN SOCIAL                     | ÍNDICE DE LIQUIDEZ | NIVEL DE ENDEUDAMIENTO | RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES | RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO | RENTABILIDAD DEL ACTIVO |
|----------------------------------|--------------------|------------------------|---------------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| ACOMEDIOS                        | 2,75               | 0,37                   | 72,85                           | 0,36                        | 0,23                    |
| CENTURY MEDIA                    | 2,56               | 0,66                   | 4,97                            | 0,36                        | 0,12                    |
| AXON 360                         | 3,43               | 0,4                    | 62,69                           | 0,51                        | 0,31                    |
| QUINTA GENERACIÓN                | 10,53              | 0,46                   | 20,49                           | 0,41                        | 0,22                    |
| INMOV                            | 1,8                | 0,58                   | 3,63                            | 0,22                        | 0,09                    |
| CONSOCIO NACIONAL DE MEDIOS      | 5                  | 0,64                   | 766,7                           | 1,61                        | 0,58                    |
| CANAL CAPITAL                    | 2,67               | 0,2                    |                                 | 0,05                        | 0,04                    |
| UNIVERSAL GROUP                  | 2,2                | 0,43                   | 1658,7                          | 0,42                        | 0,24                    |
| SERVIMEDIOS                      | 7,83               | 0,09                   | 209,33                          | 0,05                        | 0,04                    |
| INGEPLAN.CO                      | 4,6                | 0,46                   | 31,02                           | 0,61                        | 0,33                    |
| SINTONIZAR MEDIOS                | 1,48               | 0,48                   | 19,81                           | 0,55                        | 0,29                    |
| ESTRELLA GRUPO EMPRESARIAL       | 2,4                | 0,53                   | 19,37                           | 0,71                        | 0,34                    |
| GUSTAVO QUIROGA EPM              | 1,1                | 0,78                   | 60,8                            | 0,23                        | 0,05                    |
| BIG MEDIA PUBLICIDAD             | 2,46               | 0,37                   | 416,4                           | 0,05                        | 0,03                    |
| TREMENDA CREATIVA & BTL          | 2,12               | 0,5                    | 7,3                             | 0,43                        | 0,21                    |
| GRUPO ERCA COMUNICACIÓN INTEGRAL | 3,05               | 0,3                    | 24,06                           | 0,13                        | 0,09                    |
| CM GROUP LATAM                   | 4,24               | 0,25                   | 337,53                          | 0,22                        | 0,17                    |

|                          |             |             |               |             |             |
|--------------------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|
| TREBOL GLOBAL GROUP      | 7,28        | 0,08        |               | 0,17        | 0,15        |
| PEZETA PUBLICIDAD        | 8,3         | 0,11        |               | 0,11        | 0,09        |
| MEDIA AGENCY             | 1,89        | 0,55        | 205,05        | 0,27        | 0,12        |
| TIEMPOS Y ESPACIOS       | 2,34        | 0,39        | 20,92         | 0,14        | 0,08        |
| CONTRAPUNTO GROUP        | 6,36        | 0,17        |               | 0,29        | 0,24        |
| INGEPLAN INFRAESTRUCTURA | 9,14        | 0,09        |               | 0,47        | 0,43        |
| <b>MENOR VALOR</b>       | <b>1,10</b> | <b>0,08</b> | <b>3,63</b>   | <b>0,05</b> | <b>0,03</b> |
| <b>PROMEDIO</b>          | <b>4,15</b> | <b>0,39</b> | <b>218,98</b> | <b>0,36</b> | <b>0,20</b> |
| <b>MEDIANA</b>           | <b>2,75</b> | <b>0,40</b> | <b>45,91</b>  | <b>0,29</b> | <b>0,17</b> |
| <b>MEDIA GEOMETRICA</b>  | <b>3,42</b> | <b>0,32</b> | <b>56,50</b>  | <b>0,26</b> | <b>0,15</b> |

NOTA: El capital de trabajo nace del histórico de la entidad.

En resumen, los indicadores financieros requeridos son los que a continuación se relacionan:

| INDICADORES                     | REQUERIMIENTO                                                     |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| LIQUIDEZ                        | ≥ 2                                                               |
| ENDEUDAMIENTO                   | ≤ 0,65                                                            |
| RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES | ≥ 4                                                               |
| RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO     | ≥ 0,15                                                            |
| RENTABILIDAD DEL ACTIVO         | ≥ 0,12                                                            |
| CAPITAL DE TRABAJO              | ≥ AL 50% DEL VALOR DEL PRESUPUESTO ESTIMADO (\$ 4.312.523.108,00) |

## 11. CRITERIOS HABILITANTES DIFERENCIALES

En aplicación a lo establecido los artículos 2.2.1.2.4.2.15 y 2.2.1.2.4.2.18. del Decreto 1860 de 2021, con el fin de promover y facilitar la participación de las MIPYME DOMICILIADAS EN COLOMBIA Y EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE MUJERES se podrán establecer condiciones habilitantes diferenciales de la propuesta en lo relacionado con un mayor número de contratos para la acreditación de experiencia.

Los proponentes interesados en acogerse a los criterios diferenciales deben manifestarlo expresamente en la Carta de Presentación de la Oferta, señalando si se constituyen como emprendimientos y empresas de mujeres con domicilio en el territorio nacional o MiPymes domiciliadas en Colombia.

### Criterios Diferenciales de Experiencia para Emprendimientos y Empresas de Mujeres en el Sistema de Compras Públicas:

El proponente que pretenda acreditar la experiencia como emprendimientos y empresas de mujeres deberá adjuntar los documentos que evidencien, que se encuentra en dicha situación de acuerdo con la definición establecida en el Artículo 2.2.1.2.4.2.14 del Decreto 1082 de 2015 (Adicionado por el artículo 3 del Decreto 1860 del 24 de diciembre de 2021) se dará aplicación al siguiente criterio diferencial:

Para el cumplimiento del requisito, el proponente deberá acreditar experiencia hasta **máximo de cuatro (04) contratos** identificados con alguno de los códigos de clasificación UNSPSC descritos anteriormente, para lo cual deberán dar cumplimiento a las condiciones establecidas en la numeral experiencia mínima del proponente; debiéndose cumplir con el número de salarios mínimos exigidos para la presente contratación.

Tratándose de proponentes plurales, este criterio diferencial solo se aplicará si por lo menos uno de los integrantes acredita que es emprendimiento y empresa de mujeres bajo los criterios dispuestos en el artículo 2.2.1.2.4.2.14. del Decreto 1860 de 2021 y que tiene una participación igual o superior al diez por ciento (10%) en el consorcio o la unión temporal.

Se entienden como emprendimientos y empresas de mujeres de acuerdo con el artículo 2.2.1.2.4.2.14. del Decreto 1860 de 2021 aquellas que cumplan con alguna de las siguientes condiciones:

*“Definición de emprendimientos y empresas de mujeres. Con el propósito de adoptar medidas afirmativas que incentiven la participación de las mujeres en el sistema de compras públicas, se entenderán como emprendimientos y empresas de mujeres aquellas que cumplan con alguna de las siguientes condiciones:*

1. *Cuando más del cincuenta por ciento (50%) de las acciones, partes de interés o cuotas de participación de la persona jurídica pertenezcan a mujeres y los derechos de propiedad hayan pertenecido a estas durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección. Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal y el revisor fiscal, cuando exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o el contador, donde conste la distribución de los derechos en la sociedad y el tiempo en el que las mujeres han mantenido su participación.*

2. *Cuando por lo menos el cincuenta por ciento (50%) de los empleos del nivel directivo de la persona jurídica sean ejercidos por mujeres y éstas hayan estado vinculadas laboralmente a la empresa durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección en el mismo cargo u otro del mismo nivel.*

*Se entenderá como empleos del nivel directivo aquellos cuyas funciones están relacionadas con la dirección de áreas misionales de la empresa y la toma de decisiones a nivel estratégico. En este sentido, serán cargos de nivel directivo los que dentro de la organización de la empresa se encuentran ubicados en un nivel de mando o los que por su jerarquía desempeñan cargos encaminados al cumplimiento de funciones orientadas a representar al empleador.*

*Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal y el revisor fiscal, cuando exista de acuerdo con los requerimientos de ley, o el contador, donde se señale de manera detallada todas las personas que conforman los cargos de nivel directivo del proponente, el número de mujeres y el tiempo de vinculación.*

*La certificación deberá relacionar el nombre completo y el número de documento de identidad de cada una de las personas que conforman el nivel directivo del proponente. Como soporte, se anexará copia de los respectivos documentos de identidad, copia de los contratos de trabajo o certificación laboral con las funciones, así como el certificado de aportes a seguridad social del último año en el que se demuestren los pagos realizados por el empleador.*

3. *Cuando la persona natural sea una mujer y haya ejercido actividades comerciales a través de un establecimiento de comercio durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del proceso de selección. Esta circunstancia se acreditará mediante la*

*copia de cédula de ciudadanía, la cédula de extranjería o el pasaporte, así como la copia del registro mercantil.*

*Para las asociaciones y cooperativas, cuando más del cincuenta por ciento (50%) de los asociados sean mujeres y la participación haya correspondido a estas durante al menos el último año anterior a la fecha de cierre del Proceso de Selección. Esta circunstancia se acreditará mediante certificación expedida por el representante legal.*

*PARÁGRAFO. Respecto a los incentivos contractuales para los emprendimientos y empresas de mujeres, las certificaciones de trata el presente artículo deben expedirse bajo la gravedad de juramento con una fecha de máximo treinta (30) días calendario anteriores a la prevista para el cierre del procedimiento de selección.”*

**NOTA:** El presente Incentivo contractual para las empresas y emprendimientos de mujeres no excluyen la aplicación del criterio diferencial para MiPymes.

### **Criterios Diferenciales de Experiencia para Mipymes:**

De conformidad con lo establecido en el Decreto 1860 de 2021, respecto a la experiencia habilitante, se establece un criterio diferencial para las Mipymes colombianas, con relación al número de contratos para la acreditación de experiencia.

Para el cumplimiento del requisito de experiencia mínima, el proponente deberá acreditar experiencia de hasta un **máximo de cuatro (04) contratos**, identificados con alguno de los códigos de clasificación UNSPSC descritos anteriormente, para lo cual deberán dar cumplimiento a las condiciones establecidas en la numeral experiencia mínima del proponente; debiéndose cumplir con el número de salarios mínimos exigidos para la presente contratación.

Tratándose de proponentes plurales, los criterios diferenciales y los puntajes adicionales solo se aplicarán si por lo menos uno de los integrantes acredita la calidad de Mipyme, bajo los criterios dispuestos en el artículo 2.2.1.13.2.2 del Decreto 1074 de 2015 y que tiene una participación igual o superior al diez por ciento (10%) en el consorcio o la unión temporal.

Para acreditar la condición de Mipyme, el Proponente aportará la copia del Registro Único de Proponentes, el cual deberá encontrarse vigente y en firme al momento de su presentación, con una fecha de MÁXIMO TREINTA DÍAS (30) CALENDARIO anteriores a la fecha de cierre del Proceso de Contratación.

Para la verificación de este requisito, el proponente deberá indicar cuál de los contratos certificados en el Registro Único de Proponentes (RUP) deben ser tenidos en cuenta por la entidad con el fin de ser habilitado.

Las certificaciones deben contener como mínimo la siguiente información:

- a. Objeto del contrato.
- b. Valor del Contrato
- c. Fecha de Inicio del Contrato
- d. Fecha de terminación del Contrato
- e. Nombre y Firma de quien expide la certificación

**NOTA 1:** El cumplimiento de la anterior disposición y de conformidad con en el Parágrafo 3 del Artículo 2.2.1.2.4.2.18. del Decreto 1860 de 2021, la experiencia mínima diferencial para MIPYME no será aplicable en las convocatorias limitadas a MIPYME que se realicen conforme a los artículos 2.2.1.2.4.2.2 y 2.2.1.2.4.2.3 del decreto en mención.

**NOTA 2:** El presente incentivo contractual para MiPymes. no excluye la aplicación del criterio diferencial para las empresas y emprendimientos de mujeres.

## **12. CONCLUSIONES**

- Se estima un presupuesto oficial total de **OCHO MIL SEISCIENTOS VEINTICINCO MILLONES CUARENTA Y SEIS MIL DOSCIENTOS DIECISÉIS PESOS M/CTE (\$ 8.625.046.216,00)** incluido IVA y demás impuestos, tasas, erogaciones y todos los costos directos o indirectos derivados de la ejecución del contrato.
- La modalidad de contratación para la presente necesidad corresponde a la Licitación Pública.

Cordialmente,



**YAMIL EDUARDO GONZÁLEZ RIAÑO**  
Profesional 01 CNE