

Chía, mayo 2025

REQUISITOS DE CAPACIDAD FINANCIERA Y ORGANIZACIONAL HABILITANTES

Objeto: PRESTAR SERVICIOS A LA ALCALDÍA DE CHÍA PARA DESARROLLAR CAMPAÑAS INTEGRALES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DIRIGIDAS A LA COMUNIDAD, CON EL FIN DE DAR CUMPLIMIENTO A LAS METAS DEL PLAN DE DESARROLLO 2024-2027.

De conformidad con lo establecido en el numeral 15 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993, artículo 6 de la Ley 1150 de 2007 modificado por el artículo 221 del Decreto Ley 019 de 2012 y el Decreto 1082 de 2015, en los numerales 3 y 4 del artículo 2.2.1.1.1.5.3 de acuerdo con la actividad a contratar, la capacidad financiera y organizacional será objeto de verificación a todos los proponentes que demuestren interés en participar en el presente proceso de contratación.

El proponente deberá anexar a su propuesta el Registro Único de Proponentes y mediante éste se verificará la capacidad financiera del proponente bien sean oferentes nacionales o personas naturales extranjeras con domicilio en el país o las personas jurídicas extranjeras que tengan establecida sucursal en Colombia.

Los proponentes interesados en participar en este proceso deberán demostrar que cumplen con los indicadores financieros de acuerdo con la información establecida en el Pliego de Condiciones.

La verificación del cumplimiento de la capacidad financiera mínima exigida por la ALCALDIA MUNICIPAL DE CHIA, es un requisito habilitante para la participación de la propuesta en el proceso de selección y no otorga puntaje, en concordancia con lo establecido en el numeral 1º del Artículo 5º de la Ley 1150 de 2007.

En aras de garantizar el principio de igualdad entre todos los oferentes y atendiendo el artículo 2.2.1.1.1.5.1. del Decreto 1082 de 2015 parágrafo 2 que establece: *“La persona inscrita en el RUP debe presentar la información para renovar su registro a más tardar el quinto día hábil del mes de abril de cada año”*, la ALCALDIA MUNICIPAL DE CHIA realizará la verificación de los requisitos habilitantes financieros y de capacidad organizacional de los proponentes o los integrantes de consorcios o uniones temporales quienes deberán allegar el Registro Único de Proponentes expedido por la Cámara de Comercio con la información financiera actualizada de acuerdo a la normatividad, la cual deberá estar vigente y en firme.

1. Los proponentes, jurídicas nacionales y extranjeras con domicilio en Colombia o jurídicas extranjeras que tengan sucursal en Colombia, deben presentar el Certificado de Inscripción y Clasificación – RUP, con la inscripción vigente. Lo anterior en aras de garantizar el principio de igualdad entre todos los oferentes de conformidad a lo indicado en el Decreto 1082 de 2015, artículo 2.2.1.1.1.5.1 parágrafo 2, que indica lo siguiente: *“Las personas inscritas en el RUP deben presentar la información para renovar su registro a más tardar el quinto día hábil del mes de abril de cada año”*.

2. Los proponentes constituidos como consorcios o uniones temporales e integrados por jurídicas nacionales y/o extranjeras con domicilio en Colombia o jurídicas extranjeras que tengan establecida sucursal en Colombia, deben presentar por cada integrante y en forma independiente, el Certificado de Inscripción y Clasificación – RUP el cual debe estar vigente y en firme. Lo anterior en aras de garantizar el principio de igualdad entre todos los

oferentes de conformidad a lo indicado en el Decreto 1082 de 2015, artículo 2.2.1.1.1.5.1 parágrafo 2 que indica lo siguiente: *“Las personas inscritas en el RUP deben presentar la información para renovar su registro a más tardar el quinto día hábil del mes de abril de cada año”.*

CAPACIDAD FINANCIERA

El municipio de Chía – Cundinamarca, con el fin de establecer requisitos habilitantes financieros y organizacionales que cumplan con los principios de la administración pública y que reflejen la realidad económica del sector al que pertenecen las empresas que pretenden satisfacer la presente necesidad estudio ciento veinte (120) empresas cuyas principales actividades económicas relacionadas con edición, publicidad, marketing, y medios físicos, obteniendo lo siguiente:

Num	Compañía	Año Fiscal	Rendimiento Sobre Los Activos	Rendimiento Sobre El Patrimonio	Razón De Liquidez	Nivel de Endeudamiento
1	<u>Vision y Marketing S.A.S.</u>	2023	2%	12%	1,16	81%
2	<u>Marketmedios Comunicaciones S.A.S</u>	2023	6%	12%	1,35	52%
3	<u>Marketing Tools Agency S.A.S</u>	2023	4%	9%	1,65	55%
4	<u>Bull Marketing Sas</u>	2023	3%	14%	1,34	78%
5	<u>Tri.Ni.To Marketing Sas</u>	2023	6%	17%	3,16	67%
6	<u>Dc Influencer Marketing S.A.S</u>	2023	3%	13%	1,40	74%
7	<u>Ivoclar Vivadent Marketing Limited</u>	2023	14%	27%	1,83	47%
8	<u>Marketing Services de Colombia Sas</u>	2023	12%	16%	3,06	28%
9	<u>Tribu Marketing Cluster Sas</u>	2023	4%	17%	1,26	78%
10	<u>Divergente Produccion y Marketing Sas</u>	2023	19%	26%	3,72	28%
11	<u>Signal Marketing S.A.S.</u>	2023	5%	8%	1,86	37%
12	<u>El Conserje Marketing Editorial Sas</u>	2023	21%	23%	6,54	10%
13	<u>Marketing & Publicidad Yacs Sas</u>	2023	9%	9%	15,39	6%
14	<u>Market Dynamo Sas</u>	2023	12%	21%	2,40	42%
15	<u>Intera Marketing Ltda.</u>	2023	8%	14%	1,35	43%
16	<u>Marketing Vallas S.A.S.</u>	2023	7%	7%	3,48	11%
17	<u>Ada Marketing Empresarial Ltda</u>	2023	5%	10%	3,15	49%
18	<u>Promomarka Sas</u>	2023	24%	29%	6,23	16%

19	<u>Compañía De Marketing Y Servicios S.A.S.</u>	2023	4%	28%	0,71	87%
20	<u>Trademark Business Sas</u>	2023	17%	23%	5,79	26%
21	<u>Boing Marketing S A S</u>	2023	5%	5%	3,40	8%
22	<u>Clemente Marketing Sas</u>	2023	2%	4%	2,08	48%
23	<u>Guadalupe Marketing y Promocionales Sas</u>	2023	20%	21%	19,33	5%
24	<u>Grana Marketing Sas</u>	2023	16%	22%	5,22	26%
25	<u>Marketing y Gestion Administrativa Mga Outsourcing S.A.S</u>	2023	8%	17%	2,67	53%
26	<u>Activa Marketing Communications Sas</u>	2023	8%	15%	1,46	44%
27	<u>Fx Marketing S.A.S.</u>	2023	5%	6%	0,95	15%
28	<u>In Place Marketing Sas</u>	2023	9%	11%	2,77	20%
29	<u>Comarca Marketing Advertising S A S</u>	2023	5%	12%	6,36	57%
30	<u>Logimarket Sas</u>	2024	9%	25%	3,28	63%
31	<u>Sonovista Publicidad S.A.</u>	2023	17%	28%	1,96	41%
32	<u>Punto Visual Publicidad Sas</u>	2023	15%	28%	1,00	45%
33	<u>Dortiz Publicidad y Medios S A S</u>	2023	5%	13%	1,56	57%
34	<u>Servicios Publicitarios P O C S A S</u>	2023	8%	12%	2,27	34%
35	<u>Publisos & Company S.A.S.</u>	2023	3%	13%	1,08	73%
36	<u>Publiseñales Sociedad Por Acciones Simplificada</u>	2023	16%	21%	2,04	26%
37	<u>Operaciones en Publicidad Exterior Out Door S.A.S</u>	2023	3%	15%	1,42	81%
38	<u>Hercas Publicidad Exterior S.A.S.</u>	2024	3%	5%	2,59	35%
39	<u>Big Media Publicidad Sas</u>	2023	12%	16%	3,36	25%
40	<u>4P Publicidad Sas</u>	2023	11%	17%	1,94	36%
41	<u>Fdl Comunicación Publicitaria S.A.S</u>	2023	19%	22%	31,15	13%
42	<u>A y Z Publicidad S A S</u>	2023	15%	20%	2,61	24%
43	<u>Og Publicidad Sas</u>	2023	9%	20%	1,69	56%
44	<u>Pcn Publicidad Ltda</u>	2024	13%	17%	4,42	23%
45	<u>Publicidad Premium Sas</u>	2024	8%	22%	2,17	63%
46	<u>Abc Publicidad Movil Sas</u>	2023	11%	24%	5,12	55%
47	<u>Zarate Diseño & Publicidad Sas</u>	2023	3%	5%	1,60	44%

48	<u>Crearte Publicidad del Caribe S.A.S.</u>	2023	6%	12%	1,84	50%
49	<u>Delta Publicidad Inflables Internacional Ltda</u>	2023	14%	22%	2,55	35%
50	<u>Crear Publicidad Exterior S.A.S. en Reorganizacion</u>	2023	8%	19%	2,47	60%
51	<u>Doce Publicidad Sas</u>	2023	12%	27%	5,67	55%
52	<u>Pezeta Publicidad Sas</u>	2023	10%	11%	9,05	11%
53	<u>Difusión Creativa Publicidad S.A.S.</u>	2023	4%	11%	1,46	62%
54	<u>Zorb Publicidad S A S</u>	2023	5%	23%	2,08	78%
55	<u>Lb Publicidad Visual Sas</u>	2023	3%	11%	1,40	73%
56	<u>Guiarte Publicidad Sas</u>	2023	13%	27%	2,66	52%
57	<u>Rral Publicidad S.A.S.</u>	2023	13%	22%	1,31	40%
58	<u>Santa Publicidad Sas</u>	2023	6%	9%	3,56	26%
59	<u>Creativa Publicidad de Colombia S.A.S</u>	2023	10%	15%	2,44	35%
60	<u>Hemisferio Publicidad S.A.S</u>	2024	5%	7%	3,84	21%
61	<u>L&M Publicidad S.A.S.</u>	2023	13%	17%	4,91	19%
62	<u>Publicidad & Eventos Corporativos S.A.S.</u>	2023	25%	26%	17,50	4%
63	<u>Vallas Modernas Publicidad Sas</u>	2023	24%	26%	6,83	11%
64	<u>Innova Publicidad Visual Sas</u>	2023	18%	21%	8,54	14%
65	<u>C A C Publicidad Ltda</u>	2023	21%	28%	3,41	28%
66	<u>Guia Publicidad Asociados Sas</u>	2023	7%	17%	1,75	57%
67	<u>Ad Publicidad Grandes Ideas para Grandes Marcas S.A.S</u>	2023	6%	16%	1,53	60%
68	<u>C A Publicidad y Promociones S.A.S.</u>	2023	3%	4%	0,85	33%
69	<u>Publicom Comunicación Visual S.A.S.</u>	2023	2%	4%	1,67	52%
70	<u>Creainnova Publicidad Sas</u>	2023	10%	20%	1,73	51%
71	<u>Publiopciones Sas</u>	2023	6%	11%	1,93	49%
72	<u>Publvision 1 A S.A.S.</u>	2023	1%	9%	2,34	87%
73	<u>Kreativa Publicidad Alternativa Sas</u>	2023	15%	29%	1,82	49%
74	<u>Alianza Estrategica Publicidad S.A.S.</u>	2023	5%	8%	0,66	41%
75	<u>Niro Publicidad Sas</u>	2023	11%	21%	3,61	45%



76	<u>Ideamos Publicidad Limitada</u>	2023	7%	11%	3,10	34%
77	<u>Mp Agencia de Diseño y Publicidad Sas</u>	2023	12%	27%	1,27	54%
78	<u>Republica Digital S A S</u>	2023	4%	23%	1,18	83%
79	<u>Piso 15 Publicidad S.A.S</u>	2023	9%	11%	4,71	21%
80	<u>Velez Caicedo Publicidad Sas</u>	2023	12%	23%	2,00	49%
81	<u>L Art Publicidad Sas</u>	2023	10%	12%	6,27	10%
82	<u>Globo Publicidad S.A.S.</u>	2023	11%	24%	1,09	55%
83	<u>Avilum Publicidad E U</u>	2023	3%	7%	1,27	54%
84	<u>Clasificados Publicidad y Avisos Legales S A S</u>	2023	6%	15%	1,53	60%
85	<u>Confecciones Publicitarias Bogota S A S</u>	2023	5%	9%	1,13	48%
86	<u>Gestion Publicitaria Cali S.A.S.</u>	2023	8%	19%	1,80	56%
87	<u>M&P Manufactura y Publicidad Sas</u>	2023	8%	14%	3,03	47%
88	<u>P & M Publicidad S A S</u>	2023	16%	22%	1,52	27%
89	<u>Lobo Publicidad S.A.S.</u>	2023	8%	11%	3,65	27%
90	<u>Comercializadora Publicitaria Rino Sas</u>	2023	14%	27%	1,86	47%
91	<u>Publicidad y Algo Mas S.A.S.</u>	2023	1%	3%	7,94	56%
92	<u>La Fabrica Publicidad Ltda</u>	2023	24%	28%	6,41	15%
93	<u>Publicidad Latina S.A.S</u>	2023	11%	18%	0,53	42%
94	<u>Olvera Publicidad Ltda</u>	2023	11%	20%	0,79	44%
95	<u>Skla Publicidad Exterior y Diseño S.A.S.</u>	2023	15%	18%	5,76	17%
96	<u>M P C Publicidad S A S</u>	2023	1%	3%	1,43	66%
97	<u>Dicoes Grupo Publicitario Sas</u>	2023	6%	8%	6,02	16%
98	<u>Rs Publicidad Imprenta Online S.A.S.</u>	2023	8%	10%	3,78	21%
99	<u>Tukano Publicidad Sas</u>	2023	3%	4%	11,22	10%
100	<u>Grafito y Pizarra Publicidad S.A.S</u>	2023	4%	11%	1,51	60%
101	<u>Promociones Publicitarias de Colombia S.A.S</u>	2024	10%	14%	4,06	25%
102	<u>Guiboga Publicidad S A S</u>	2023	2%	4%	9,96	51%
103	<u>Publisanchz Sas</u>	2023	8%	9%	9,96	5%
104	<u>Rino Apoyo Publicitario S A S</u>	2023	7%	8%	2,46	22%

105	Diferencial Comunicacion Publicitaria Ltda	2023	6%	8%	3,95	20%
106	Cian Publicidad Sas	2023	10%	13%	3,50	21%
107	Yuju Publicidad y Entretenimiento S.A.S.	2023	4%	6%	2,24	35%
108	Jaigo Publicidad Sas	2023	18%	19%	18,10	6%
109	Cca Publicidad Sas	2023	19%	20%	11,19	6%
110	Taraira Publicidad S.A.S	2023	4%	4%	15,89	6%
111	Faro Publicidad S.A.	2024	5%	9%	2,59	41%
112	Velez Publicidad Ltda	2023	13%	14%	7,26	3%
113	M.F. Publicidad & Mercadeo S.A.S.	2023	7%	7%	2,86	11%
114	Acertar Publicidad Sas	2023	8%	8%	11,55	8%
115	Gama Publicidad Pereira S.A.S.	2023	3%	3%	4,63	24%
116	Publicidad Abaco S.A.S.	2023	5%	9%	2,10	44%
117	Publimovil Led S.A.S.	2023	5%	6%	1,97	14%
118	Accion Publicidad S.A.S	2023	8%	11%	4,38	23%
119	Geo Publicidad S.A.S.	2023	7%	9%	4,87	18%
120	A B Publicidad y Asociados Limitada	2023	16%	22%	1,29	28%
Promedio			9%	15%	4	38%

El cálculo utilizado en el análisis de la muestra es promedio o media aritmética, la cual se define como $x = \sum xi / N$ donde xi son los valores muestra y N el total de los valores muestra.

Por todo lo anteriormente descrito, el municipio de Chia, establece los siguientes indicadores financieros como requisitos habilitantes para el presente proceso:

Indicador de Liquidez:

El análisis de liquidez permite establecer la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones en el corto plazo, Índice de liquidez: mayor o igual a 4.

Calculado así

$$IL = \frac{AC}{PC}$$

Oferente plural

$$L = (\sum (ACn \times \%n) \div \sum (PCn \times \%n))$$

Donde

ACn = Activo Corriente de cada integrante de consorcio o unión temporal.

PCn = Pasivo Corriente de cada integrante de consorcio o unión temporal.

%n = Porcentaje de participación de cada integrante de consorcio o unión temporal.

Nivel de Endeudamiento:

El nivel de endeudamiento determina el nivel de endeudamiento en la estructura de financiación del proponente. Nivel de endeudamiento: menor o igual a 38%.

Calculado así.

$$IE = \frac{PT}{AT}$$

Oferente plural

$$E = (\sum PT_n \times \%n) + \sum (AT_n \times \%n) \times 100$$

Donde

PT_n = Pasivo Total de cada integrante de consorcio o unión temporal.

AT_n = Activo Total de cada integrante de consorcio o unión temporal.

%n = Porcentaje de participación de cada integrante de consorcio o unión temporal.

Cabe resaltar que la muestra tomada para el establecimiento de los requisitos habilitantes no brindo información suficiente para el establecimiento del indicador de Razón de Cobertura de Intereses, por tanto, se consultaron los procesos de naturaleza y objetos similares en el SECOP II con el fin de establecer un requisito acorde con las condiciones de mercado y dinámicas de la contratación estatal obteniendo lo siguiente:

Razón de Cobertura de Intereses:

Este indicador mide la capacidad de las empresas para hacer pagos contractuales de intereses, cuanto mayor es su valor, más capacidad tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones de intereses.

ENTIDAD	PROCESO	OBJETO	CUANTÍA	RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES
CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL PARA LA DEFENSA DE LA MESETA DE BUCARAMANGA	SA-SI-020-2024	SUMINISTRO DE SERVICIOS, BIENES Y ELEMENTOS LOGISTICOS, PUBLICITARIOS Y MEDIOS DE DIFUSION PARA EL FORTALECIMIENTO, IDENTIDAD, PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LAS ESTRATEGÍAS DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA CDMB	\$ 500.000.000	2,23

ALCALDIA MUNICIPIO DE GARZON	MSGGGSAMCPS 000006 DEL 2025	PRESTACION DE SERVICIOS PARA LA PROMOCION DIVULGACION SENSIBILIZACION, DIFUSION COMERCIALIZACION RADIAL TELEVISIVA Y DIGITAL DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES CULTURALES EVENTOS RECREATIVOS COMUNITARIOS TURISMO SEGURIDAD DE TRANSPORTE Y ENTRE OTROS EN CUMPLIMIENTO AL PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO GARZON ADELANTE 2024-2027	\$ 146.000.000	3,15
MUNICIPIO DE MONTERIA	SA-STTM-017- 2025	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA DESARROLLAR CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN, CULTURA VIAL Y CULTURA CIUDADANA EN LA CIUDAD DE MONTERIA	\$ 546.263.747	0
MUNICIPIO DE SABANETA	SAB-05-003-25	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ASESORIAS, CAMPAÑAS, ESTRATEGIAS Y PRODUCTOS TÉCNICOS PARA EL CONOCIMIENTO, ATENCIÓN Y REDUCCIÓN DEL RIESGO DE DESASTRES EN EL MUNICIPIO DE SABANETA.	\$ 890.000.000	2

ALCALDÍA MUNICIPIO DE PALMIRA	MP-SAMC-PS- STT-059-2024	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS PEDAGÓGICAS EN SEGURIDAD VIAL PARA PREVENIR LA SINIESTRALIDAD E INCENTIVAR COMPORTAMIENTOS SEGUROS EN LOS ACTORES VIALES DEL MUNICIPIO DE PALMIRA	\$ 199.864.466	3,67
MUNICIPIO DE GUARNE	SASI-13-2024	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS Y ACTIVIDADES ORIENTADAS A LA SEGURIDAD VIAL EN EL MUNICIPIO DE GUARNE	\$ 220.000.000	4
MINTRABAJO NIVEL CENTRAL	SASI-MT-003 - 2024	PRESTAR SERVICIOS DE CENTRAL DE MEDIOS PARA LLEVAR A CABO LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS Y PROMOVER PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS DEL MINISTERIO DEL TRABAJO	\$1.073.488.704	2,5
PROMEDIO				3

Razón de cobertura de intereses: mayor o igual a 3.

Calculado así

$$RCI = \frac{UO}{GI}$$

Oferente plural

$$CI = (\sum (UOn \times \%n) + \sum (GI \ n \times \%n))$$

Donde

UOn = Utilidad Operacional de cada integrante de consorcio o unión temporal.

GI n = Gastos de intereses de cada integrante de consorcio o unión temporal.

%n = Porcentaje de participación de cada integrante de consorcio o unión temporal.

Indicador	Formula proponente singular	Formula proponente plural	Porcentaje requerido
-----------	--------------------------------	------------------------------	-------------------------

Indicador de liquidez	de	IL=Activos corrientes / pasivos corrientes	$L = (\sum (ACn \times \%n) + \sum (PCn \times \%n))$	4
Nivel de endeudamiento	de	E=Pasivo total / Activo total	$E = (\sum PTn \times \%n) + \sum (ATn \times \%n)) \times 100$	38%
Razón de cobertura de intereses	de	RCI= Utilidad operacional / Gastos de intereses	$RCI = (\sum (UOn \times \%n) + \sum (GIn \times \%n))$	3

CAPACIDAD ORGANIZACIONAL

Permite medir el rendimiento de las inversiones y la eficiente utilización de los activos con los que cuentan las firmas para generar la rentabilidad de cualquier inversión debe ser suficiente para mantener el valor de la inversión e incrementarla. Dependiendo del objetivo del inversionista, la rentabilidad generada por una inversión puede dejarse para mantener o incrementar la inversión, o puede ser retirada para invertirla en otro campo.

Rentabilidad Sobre Patrimonio:

Determina la rentabilidad del patrimonio del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el patrimonio. A mayor rentabilidad sobre el patrimonio, mayor es la rentabilidad de los accionistas y mejor la capacidad organizacional del proponente. El Patrimonio es la cuenta que representa los aportes de los inversionistas para constituir la empresa, incluye además las utilidades, superávit, reservas revalorización del patrimonio entre otros, por tanto, este indicador pretende medir financieramente la eficiencia o ineficiencia de las inversiones de estos recursos en la totalidad de las utilidades operacionales, Rentabilidad sobre patrimonio = (Utilidad Operacional / Patrimonio) *100. Rentabilidad Sobre Patrimonio: Mayor o igual a 15%.

Oferente plural

$RP = (\sum (UOn \times \%n) + \sum (Pn \times \%n)) \times 100$

Donde

UOn = Utilidad Operacional de cada integrante de consorcio o unión temporal.

Pn = Patrimonio de cada integrante de consorcio o unión temporal.

%n = Porcentaje de participación de cada integrante de consorcio o unión temporal.

Rentabilidad Sobre Activos:

Determina la rentabilidad de los activos del proponente, es decir, la capacidad de generación de utilidad operacional por cada peso invertido en el activo.

A mayor rentabilidad sobre activos, mayor es la rentabilidad del negocio y mejor la capacidad organizacional del proponente. Es la capacidad que tienen los Activos de generar utilidad, con lo cual, el ente empresarial puede o no justificar el beneficio que prestan los activos en el total de las utilidades operacionales.

Una vez aplicado el indicador de Rentabilidad de los Activos podemos mostrar financieramente cual fue el retorno de los activos en términos de utilidades en beneficio de la organización. Rentabilidad sobre activos = (Utilidad Operacional / Activo Total) *100. Rentabilidad Sobre Activos mayor o igual a 9%.

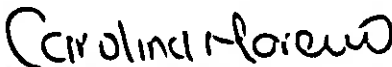
Oferente plural:

$$RA = (\sum (UOn \times \%n) + \sum (ATn \times \%n)) \times 100$$

Donde

UOn = Utilidad Operacional de cada integrante de consorcio o unión temporal.
ATn = Activo Total de cada integrante de consorcio o unión temporal.
%n = Porcentaje de participación de cada integrante de consorcio o unión temporal.

Indicador	Formula proponente singular	Formula proponente plural	Porcentaje requerido
Rentabilidad sobre el patrimonio	$ROE = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Patrimonio}} \times 100$	$ROE = (\sum (UOn \times \%n) + \sum (Pn \times \%n)) \times 100$	15%
Rentabilidad sobre los activos	$ROA = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Activo Total}} \times 100$	$ROA = (\sum (UOn \times \%n) + \sum (ATn \times \%n)) \times 100$	9%



Sonia Carolina Moreno Perdomo

Oficina de Contratación

Contrista