FORMATO DE ESTUDIOS PREVIOS	
Decreto 1082 de 2015 Artículo 2.2.1.2.1.5.1	
DEPENDENCIA QUE PROYECTA	Secretaría de Minas, Energía y Gas
FECHA	Julio de 2022

1. DESCRIPCIÓN SUSCINTA DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE SATISFACER CON LA CONTRATACIÓN

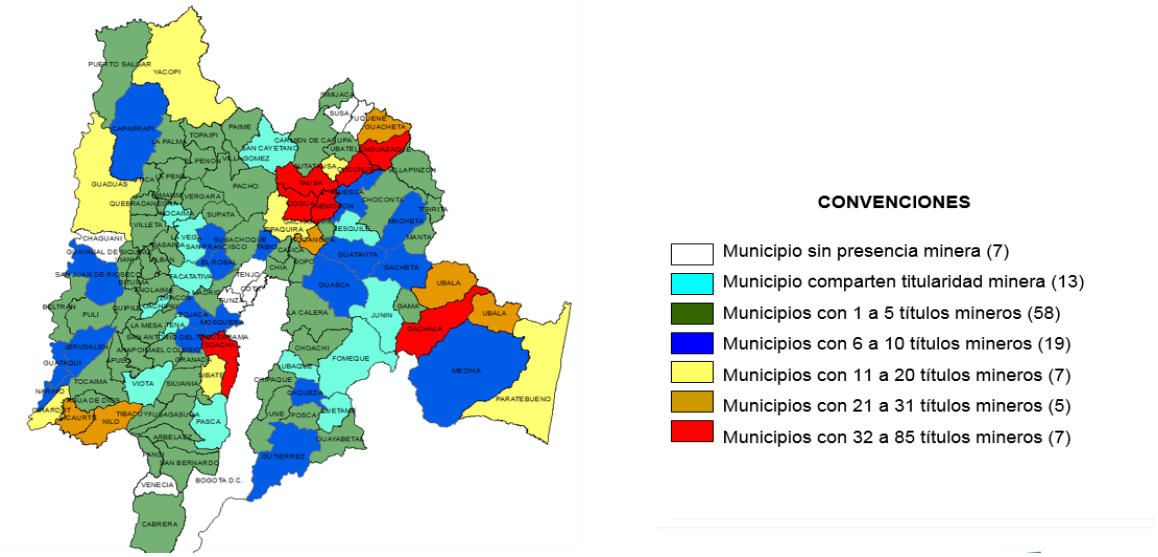
ANALISIS DEL SECTOR

La Secretaría de Minas, Energía y Gas expondrá las necesidades que hacen necesaria el proceso para la compra de elementos publicitarios, de fomento y promoción de la actividad minera, para facilitar la asistencia técnica brindada por la dependencia, con la finalidad de brindar un efectivo acompañamiento y asistencia técnica a los mineros del departamento de Cundinamarca, en cumplimiento a la normatividad vigentes.

Para el Departamento de Cundinamarca el sector minero es uno de los pilares que juega un papel fundamental en la dinamización económica, por lo tanto, es prioridad lograr mejorar la calidad de vida de la población dedicada a esta actividad productiva.

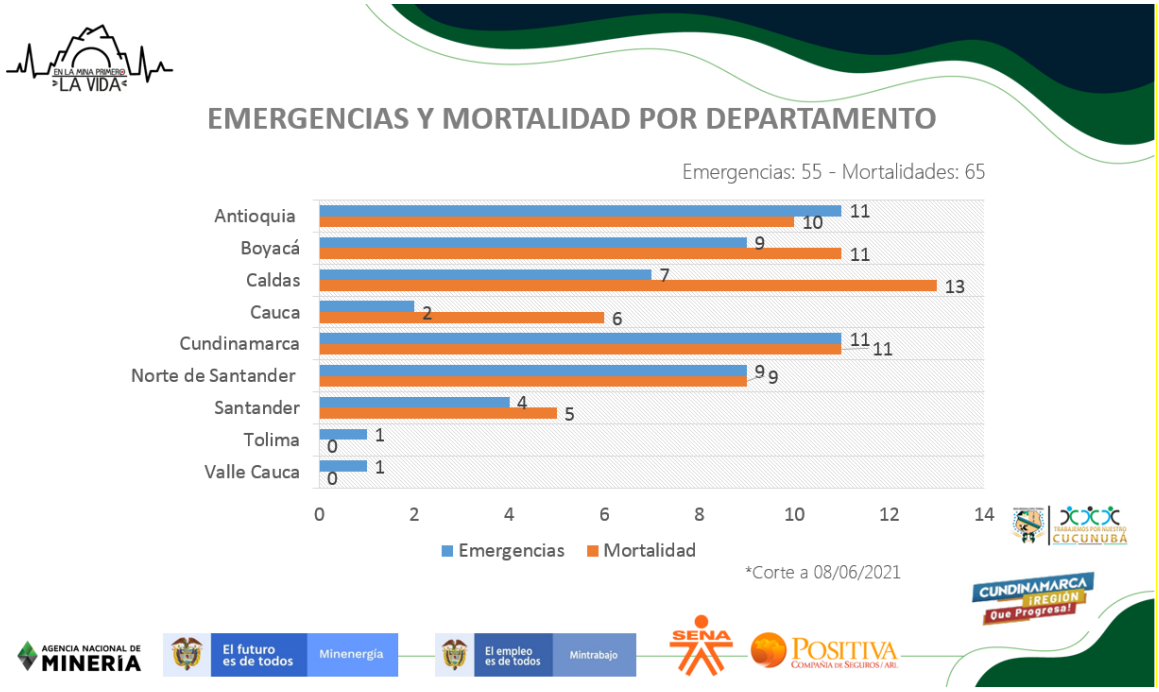
En razón a ello, la Secretaría de Minas, Energía y Gas, dando cumplimiento al Plan de Desarrollo Departamental 2020 – 2024 “Cundinamarca ¡Región que Progresa!”, a través de la Meta producto 200 inmersa en el proyecto denominado: “FORTALECIMIENTO DE LA ASISTENCIA TÉCNICA, PROMOCIÓN Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD MINERA DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA”, realizará adquisición de diferentes elementos que permitirán brindar herramientas para el mejoramiento de la asistencia técnica y desarrollo de eventos que potencialicen la actividad minera. De igual manera el proceso que se pretende desarrollar se encuentra en el plan anual de adquisiciones de la presente vigencia.

Actualmente, el departamento cuenta con más de 790 títulos mineros acobijando gran parte de los municipios del departamento, con una mayor presencia en municipios como Nemocón, Lenguazáque, Guachetá, Cucunubá, Sutatausa, Ubalá, entre otros, como se aprecia en la siguiente figura. Sin embargo, esta actividad, presenta deficiencias en el acompañamiento y seguimiento al desarrollo de la actividad y a la aplicación y cumplimiento normativo en materia minera y ambiental en sus territorios.



Por ello la Secretaría de Minas, Energía y Gas ve la necesidad de potenciar la asistencia al minero, en el logro de una mejor atención, para lo cual adquirirá los elementos inmersos en el presente proceso de contratación. Con estos insumos, se busca generar espacios y participar activamente en diferentes eventos, en el cual aunado a una articulación interinstitucional se atienda, subsanen inquietudes, y se programe de ser necesario planes de trabajo con cada actor de la cadena minera tanto del sector privado, público como el académico. De igual manera, la pretensión de estos elementos es la transmisión de mensajes de concientización al titular u operador minero para llevar mensajes en el cuidado y seguridad, así como de la responsabilidad social y ambiental, buscando siempre promover la minería bien hecha, esto articulado con la misionalidad de esta dependencia la cual se resume en la promoción y fomento de la actividad minera.

Los ejercicios de concientización dirigido hacia el empresariado minero son prescindibles, teniendo en cuenta que la actividad minera es una de las más riesgosas, y la que mayores accidentes genera, pues solo en Cundinamarca entre los años 2016 a corte de 2022 se han presentado 132 accidentes mineros, esto se traduce en la segunda cifra más alta a nivel nacional en fatalidad después del departamento de Caldas, tal como se aprecia en la siguiente figura:



Fuente: ANM, 2021

Entre las principales causas las explosiones, fallas mecánicas y Geo – mecánicas.

Los municipios a tener en cuenta para realizar este apoyo de tipo técnico son: Lenguazaque, Guachetá, Cucunubá, Sutatausa, y Ubalá, entre otros, beneficiándose aproximadamente TRES MIL (3000) personas, conformadas entre, trabajadores mineros, técnicos, tecnólogos y empresarios mineros de manera directa.

Adicionalmente, el sector minero carece de reconocimiento, es por este motivo y con aras de dignificar el trabajo minero, que buscamos reconocer la ardua labor y valentía de nuestros mineros, es así, que celebraremos el día del trabajador minero, para lo cual entregaremos unos reconocimientos a los mineros que las empresas mineras postulen para este fin, evento que se realizará el día 16 de julio del año en curso en el marco de Expo Minería & Construcción 2022.

Cundinamarca desde épocas re memorables, ha sido un departamento por excelencia minero, con importantes reservas en diferentes minerales como el carbón, la esmeralda, la sal, el hierro, arenas, calizas, entre otros; ocupando los primeros lugares en producción de muchos de ellos a nivel nacional. Sin embargo, a pesar de la importancia económica que deja esta actividad al país, el trabajo que desarrolla los miles de trabajadores no ha sido reconocido y valorado como debería ser. Es por esta razón que en el año 2015 la Secretaría de Minas, Energía y Gas presentó ante la Asamblea departamental un proyecto para conmemorar el día del trabajador minero, es así que la Asamblea expidió la Ordenanza No. 0257 de 2015 “Por la que se institucionaliza en el departamento de Cundinamarca el primero de agosto de cada año como el Día del Trabajador de Minería” con la finalidad de exaltar la labor desarrollada por las personas que diariamente se dedican a este loable oficio.

Teniendo en cuenta la importancia de la minería en el departamento y en especial la Ordenanza No. 0257 de 2015, permite a la Secretaría de Minas, Energía y Gas hacer un reconocimiento de la labor minera en nuestro

departamento, rendir homenaje a los tantos mineros que han perdido la vida en esta actividad y de esta forma, generar un escenario de concientización, incorporando los parámetros necesarios para el cumplimiento en los aspectos de seguridad e higiene minera, junto a los parámetros técnicos, ambientales y jurídicos para promover el desarrollo y crecimiento de la industria minera de Cundinamarca.

Así mismo, tener acceso a la oferta actual de los servicios dirigidos a la Minería, fomentar el intercambio cultural con el fin de fomentar el desarrollo cultural desde la minería y el mejoramiento de la imagen del sector minero, por esta razón, el departamento a través de la Secretaría de Minas, Energía y Gas, abre estos espacios los cuales se estima son adecuados para resaltar esta gran labor, del mismo modo se divulgarán los programas y proyectos que se ejecutan en cumplimiento del Plan de Desarrollo Cundinamarca ¡Región que Progresa!

Es relevante mencionar que teniendo en cuenta el Decreto 238 del 28 de junio de 2021, para la vigencia 2021 se celebró el contrato SMEG-CMC-037-2021 a través de la modalidad de mínima cuantía por valor de NUEVE MILLONES CUARENTA Y NUEVE MIL NOVECIENTOS CINCUENTA PESOS M/CTE ($9.049.950) con finalidad de adquirir una publicidad y elementos que serían utilizados para la prestación de servicios de la comunidad minera en el acompañamiento y asesoría, que bajo las directrices de austeridad se ha planeado adelantar el presente proceso por un valor menor para el componente publicitario (pendón, libretas, chaquetas institucionales, esferos) en el cual estos ítem tienen un valor total inferior respecto del peso valor del contrato comparando con la vigencia anteriormente mencionada, bajando así el valor en el componente publicitario. Con la adquisición se cubrirá la necesidad para poder prestar la asistencia técnica con el portafolio de servicios de la entidad, el cual se hará como se ha mencionado con un trabajo articulado interinstitucional con entidades del orden nacional y territorial, y así permitir dar cumplimiento a la meta 200, la cual es “Impulsar 10 espacios especializados para la promoción e intercambio de conocimientos de la actividad minera del departamento.”.

Adicionalmente, el departamento de Cundinamarca, propone realizar una condecoración a los Socorredores Mineros del Departamento más constantes y antiguos en su labor, teniendo en cuenta que se trata de trabajadores mineros que arriesgan su vida por la de otras personas, resguardan los bienes del subsuelo del estado y de las empresas mineras las cuales sufren algún tipo de emergencia en la cual se ve comprometida la seguridad e integridad de las labores y la vida de las personas.

Es una labor que merece ser reconocida y exaltada, puesto que requiere de la valentía, compromiso, profesionalismo, heroísmo, empeño, deseo desinteresado de servir, conocimiento de las labores mineras y la capacidad de respuesta ante una situación adversa, la cual poseen los socorredores de salvamento minero. Los cuales son formados y entrenados por personal idóneo de la Agencia Nacional de Minería – ANM, garantizando la oportuna intervención en las emergencias.

De igual manera, es intención de esta dependencia resaltar los mejores trabajadores mineros hombre y mujer que trabajan y contribuyen al desarrollo de nuestros territorios, con un trabajo ejemplar, responsable, honesto y que requiere gran esfuerzo físico y mental.

Dicho lo anterior, en el marco de la celebración del día del trabajador mineros premiaremos estas categorías a llamarse: mejor minero 2022, mejor minera 2022 y mejor socorredor minero 2022. Igualmente, apoyar con algunos elementos de protección personal a la cuadrilla de Cundinamarca que irá al encuentro mundial de Socorredores mineros en Canadá, exaltando igualmente el esfuerzo de haber sido la mejor cuadrilla nacional de socorredores

Los diseños requeridos se solicitaron con antelación a la Secretaría de Prensa los cuales cuentan con el aval de dicha entidad.

Para la conmemoración del día del minero se espera la asistencia de alrededor de 150 personas.

Los elementos se entregarán en la Gobernación de Cundinamarca - Secretaría de Minas, Energía y Gas, calle 26 N° 51 – 53, torre central, piso 2.

a. ACTIVIDAD MINERA EN EL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA

La actividad minera está catalogada como una de las actividades más peligrosas, ello principalmente a las condiciones antitécnicas de operación en su mayoría producto de la informalidad, la cual no cuenta con algún tipo de supervisión técnica, seguridad social para el personal y cumplimiento a la normativa vigente en materia de seguridad minera.

De igual forma se presenta accidentalidad con un grado de frecuencia importante, en las actividades mineras amparadas con un título minero, siendo diversas las causas que la originan (derrumbes, explosiones por metano, entre otras), por este motivo es considerada una actividad de alto riesgo, que requiere de los esfuerzos conjuntos y coordinados del empresariado minero, trabajadores, sector académico e investigativo, las administradoras de riesgos laborales y los entes gubernamentales, con el fin de prevenir efectivamente la ocurrencia de accidentes incapacitantes y de accidentes con fatalidades, en el trabajador minero.

Se evidencia que en los municipios que cuentan con una alta titulación minera específicamente para minería bajo tierra en el Departamento, presentan deficiencias en el acompañamiento y seguimiento al desarrollo de la actividad y a la aplicación y cumplimiento normativo en materia minera y ambiental en sus territorios.

Por ello la Secretaría de Minas, Energía y Gas ve la necesidad de brindar apoyo y asistencia al minero, con el fin de generar una reducción de la accidentalidad minera, todo ello mediante el monitoreo de las condiciones de las minas bajo tierra, la formalización minera y la capacitación a los trabajadores mineros, para ello se requerirá de elementos que faciliten dicha asistencia.

La Política Nacional de Seguridad Minera en su numeral 8, establece que: *"8. El Estado debe fijar los estándares de seguridad que deben ser observados, y facilitar el cumplimiento de la normatividad vigente en materia de seguridad minera, a los titulares mineros con explotaciones a pequeña escala, brindando asistencia técnica y facilidades para el acceso a los equipos para medición y control de gases".* (Subrayado fuera del texto original)

La Secretaría de Minas, Energía y Gas continuará contribuyendo en el mejoramiento de las condiciones de seguridad de la minería del Departamento, enfatizar e incorporar los parámetros necesarios para el cumplimiento de la normativa, promoviendo el desarrollo y crecimiento de la industria minera del Departamento y generando con las alcaldías municipales y autoridades mineras escenarios para la articulación y asistencia técnica, para lo cual se hace necesario apoyar a las administraciones municipales, con elementos necesarios y en óptimas condiciones, con los cuales se pueda prestar un servicio de asesoría, acompañamiento y capacitación el cual oriente a los mineros de cada una de estas regiones y permita que mejoren las prácticas en su labor.

El proceso de compra se encuentra estipulado en el Plan de adquisiciones de la Secretaría de Minas, Energía y Gas para el año 2022, bajo el CDP No. 7100026498 del 6 de julio de 2022, suscrito por el Director de

Presupuesto de la Gobernación de Cundinamarca, por la suma de CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE. ($50.000.000). En concordancia al Plan de Desarrollo Departamental 2020 – 2024 "Cundinamarca ¡Región que Progresa!", distribuido en la siguiente meta y rubro presupuestal:

Este rubro se encuentra cubierto por la Meta 200, la cual establece: "Impulsar 10 espacios especializados para la promoción e intercambio de conocimientos de la actividad minera del departamento", en la cual se tiene como estrategia para este fin, participar en la feria minera y conmemorar el día del trabajador minero, para el cual es indispensable contar con insumo de materiales, con la oportunidad de garantizar el éxito de esta meta.

2. LA DESCRIPCIÓN DEL OBJETO A CONTRATAR IDENTIFICADO CON EL CUARTO NIVEL DEL CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS.

2.1. OBJETO:

Compraventa de material publicitario y elementos de promoción y fomento de la actividad minera.

2.2. ALCANCE:

Entregar los elementos solicitados en las cantidades y condiciones técnicas exigidas por la entidad.

2.3. Codificación del bien, obra o servicio según las Naciones Unidas – UNSPSC

Una vez definidos claramente los bienes, obras y servicios a contratar, se deben codificar de acuerdo con la Guía para la Codificación de bienes y servicios de Naciones Unidas, los cuales fueron previamente identificados en el Plan Anual de Adquisiciones.

Clasificación UNSPSC	Segmento	Familia	Clase	Producto (De ser posible)
55121714	55000000	55120000	55121700	Pendones
14111514	14000000	14110000	14111500	Blocs o cuadernos de papel
44121704	44000000	44120000	44121700	Esferos de punta redonda
49101704	49000000	49100000	49101700	Placas
60101606	60000000	60100000	60101600	Diplomas
82101500	82000000	82100000	82101500	Publicidad impresa
43211508	43000000	43210000	43211500	Computadores personales
43211509	43000000	43210000	43211500	Computadores de tableta
43191501	43000000	43190000	43191500	Teléfonos móviles
90101603	90000000	90100000	90101600	Servicios de cáterin
53101802	53000000	53100000	53101800	Abrigos o abrigos para hombre
53102102	53000000	53100000	53102100	Overoles o monos para hombre
46181604	46000000	46180000	46181600	Botas de seguridad
46181704	46000000	46180000	46181700	Cascos de seguridad

46181504	46000000	46180000	46181500	Guantes de protección

3. LAS CONDICIONES TÉCNICAS EXIGIDAS.

Las condiciones técnicas exigidas para el presente proceso son:

ÍTEM	CANT	DESCRIPCIÓN
PENDÓN MINERÍA	2	Pendones de roll up portátiles: Diseño, impresiones y suministro de pendón tipo Roll Up incluido (base) – vertical de 2 mts de alto por un (1) metro de ancho, sobre banner print, de 13 Oz a 1440DPI de resolución, con mensaje y logos institucionales según arte suministrado por la Secretaría de Minas, Energía y Gas y su respectivo maletín para transportar. Diseño sea llevado a minería a cielo abierto.
LIBRETAS	100	Libretas argolladas de tamaño 18*12.5 CM de 50 hojas internas cuadriculadas, la carátula debe ser en cartón laminado de 1.5 a 2 mm con logos institucionales según arte suministrado por la Secretaría de Minas, Energía y Gas, CANT: 100, y una contraportada en propalmate de 100 mg en el cual deberán ubicarse los siguientes mensajes: “Usa siempre tus Elementos de Protección Personal al ingresar a la mina” - “Desarrolla actividades que generen menores impactos ambientales y con alto sentido de responsabilidad social”.
ESFEROS ECOLÓGICOS	100	Largo de 14.4 cm, en material de cartón reciclado impreso con logos institucionales según diseño suministrado por la Secretaría de Minas, Energía y Gas
PLACAS CONMEMORATIVAS	10	Placas conmemorativas en vidrio Joya Plano 10mm, grabado en técnica láser Tamaño 24cms, de acuerdo a diseño suministrado por la Secretaría de Minas, Energía y Gas
DIPLOMA A LOS MINEROS POSTULADOS	50	Diplomas en pergamino de 300 grs en 1/8. De acuerdo a diseño suministrado por la Secretaría de Minas, Energía y Gas
CHAQUETAS INSTITUCIONALES	4	Chaqueta institucional, elaborada en tela orión de Lafayette azul, acolchada, forrada en tela bríoni naranja, con una cremallera frontal naranja y dos cremalleras naranja en bolsillos. Lleva logo bordado de la Secretaría en frente izquierdo y logo bordado de Cundinamarca en espalda. (Varias tallas).
OVEROL CON REFLECTIVOS	1	Overol enterizo que cuente con las siguientes condiciones

		técnicas: • Composición: Dril 100% algodón • 2 bolsillos pecho • 2 bolsillos frente pantalón • 2 bolsillos trasero pantalón • Cierre frontal y bolsillos frente con cremallera • Cuello militar • Colores: Azul Oscuro y negro Que cuente con las respectivas condiciones en cuanto a reflectivos: stickers reflectivos en ambos brazos en la parte media (que rodee los codos), en las piernas, stickers que se ubiquen en la parte media de cada pierna (los sticker deben rodear la parte de las rodillas por ambos lados, un sticker reflectivo que cubra la espalda alta de la persona y en el pecho que cuente con 2 sticker de reflectivos en la parte superior del pecho (uno en cada superficie de cada pecho). Con logos institucionales.
PREMIACIÓN PRIMER PUESTO – COMPUTADOR PORTÁTIL.	3	Computador portátil: Sistema Operativo Windows 10 Professional 64 bit. • Procesador: Intel core i5 (décima generación). • Memoria RAM: 4 GB (1x4GB) • Tarjeta gráfica independiente • Disco duro sólido de 512 Gb a 5400 RPM. • Pantalla: LED HD 14” • Garantía: un año Licencias: • Office Standard 2016 OLP NL Gov: • 32/64 bits • Español latinoamericano • Incluye: Word, Excel, PowerPoint, Onenote, Outlook y Publisher
PREMIACIÓN SEGUNDO PUESTO – TABLETA.	3	Tableta: • Pantalla de 10" • Memoria de almacenamiento de 64 GB • Procesador 2.0 GHz • Memoria RAM 4 GB • Sistema operativo Android versión 11

		• CÁMARAS: Trasera: 8 MP, f/2.0, AF. 1080p@30fps. Frontal: 5 MP f/2.2, 1080p@30fps. • BATERÍA: 6.150 mAh • Dimensiones: 245.2 x 149.4 x 7.5 mm • Manual de operación y uso
PREMIACIÓN TERCER PUESTO – CELULAR.	3	Celular • Lector de Huella, pantalla táctil • Cámara con resolución de 48 Mpx con flash • Tamaño pantalla 6.5 pulg. • Memoria interna celular: 128 Gb • Memoria expandible hasta 1000 Gb • Memoria RAM: 4 Gb • Sistema operativo: Android • Versión sistema operativo: 11 • Número de núcleos del procesador: 8 • Velocidad del procesador: 1.8 GHz • Batería recargable interna • Cargador • Capacidad de la batería: 5000 mAh • Conectividad: Bluetooth, conexión con cable y WiFi
CASCO PARA TRABAJOS VERTICALES, ALTURA Y RESCATE	9	• Arnés textil de seis puntos que se adaptable a la forma de la cabeza. • Protección adecuada para los trabajos en altura y los trabajos en el suelo. • Linterna frontal con fijaciones o linterna frontal con cinta elástica. • Barboquejo y acolchado intercambiables.
BOTAS DE SEGURIDAD	9	• La suela exterior duradera y antideslizante reduce el riesgo de resbalones y caídas. • Resistente a la abrasión. • La punta de material compuesto no metálico. • Protege la punta de los impactos o la compresión. • Protección contra riesgos eléctricos clasificada para proteger contra circuitos abiertos. • La parte superior impermeable. • Altura de la caña – Media.
GUANTES PARA TRABAJO EN ALTURAS	9	• Puño con cierre de Velcro. • Orificio de enganche de los guantes al arnés. • Palma y dedos reforzados • Acolchado que cubre el dorso de la mano y los nudillos. • Resistencia a la abrasión, rasgaduras y raspaduras. • Refuerzos protegen la palma de los recalentamientos generados por los descensos en polea y rápeles largos

DETALLES MINEROS	150	Cada paquete de detalle debe venir debidamente empacado en bolsa plástica, cada paquete debe contener: • Botilo plástico de mínimo 600 CC con diseño suministrado por la entidad • Llavero con forma de casco con logo institucional • Camiseta tipo Tshirt 180 gr cuello redondo en color azul oscuro con sublimación de logos en espalda y frente según diseño. • Mug Marcado según diseño • Tula en poliéster impermeable de 41 cm X 31 cm con sublimación en vinilo textil según diseño.
ALMUERZO	150	Servicio de alimentación: • Un cuarto de pollo asado. • Una porción de papa y yuca, ó papa y plátano o papa y arepa. • Una gaseosa 250 cc ó jugo 250 cc Cada almuerzo debe venir debidamente empacado en caja personal con los debidos protocolos de higiene y salubridad.

3.1. Plazo de Ejecución:

El plazo de ejecución será de tres días calendario a partir de la suscripción del acta de inicio.

3.2. Lugar de Ejecución

El lugar de ejecución será en la ciudad de Bogotá D.C.

3.3. Forma de pago:

El valor presupuestado oficial es de **CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE ($50.000.000) IVA INCLUIDO,** de acuerdo al estudio de mercado realizado, el cual esta soportado por el CDP No. 7100026498 del 6 de julio de 2022, suscrito por el Director de Presupuesto de la Gobernación de Cundinamarca, por la suma de **CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE ($50.000.000)**

PRIMER Y ÚNICO DESEMBOLSO. Se pagará el 100% del valor total del contrato a la entrega de la totalidad de los elementos solicitados, el informe de supervisión y el acta de recibo a satisfacción.

PARÁGRAFO 1. Dichos pago se realizarán previo el cumplimiento de los requisitos exigidos, al cumplimiento de los productos entregables dentro de los quince (15) días siguientes a la presentación del informe de obligaciones y certificación del supervisor, el comprobante de pago de los aportes al Sistema General de Seguridad Social y

Riesgos Laborales en el porcentaje establecido en el marco normativo vigente, presentación del formato denominado "Recibo a Satisfacción y Certificado Para Pago de Contratos/Convenios" -A-GC-FR-033-, documento de radicación A-GF-FR-024, documento de pago (factura original – SAP) debidamente diligenciados (formatos implementados en la herramienta ISOLUCIÓN de la página de la Gobernación de Cundinamarca), y recibo a satisfacción expedida por el Supervisor del Contrato; todo lo anterior en concordancia a lo establecido en el artículo 23 de la Ley 1150 de 2007, articulo 50 de la Ley 789 de 2002, Decreto 1273 de 2018.

PARÁGRAFO 2. Los pagos se girarán a la cuenta que informe previamente el contratista, mediante certificación bancaria.

PARÁGRAFO 3. El Contratista asumirá todos los impuestos, tasas y/o contribuciones que se deriven de la ejecución del contrato, de conformidad con la Ley Colombiana.

PARÁGRAFO 4. Por una única vez, el contratista aportará debidamente diligenciados los formatos que se encuentran implementados en la herramienta ISOLUCIÓN, en el proceso Gestión Financiera, denominados "Información General y Tributaria de Terceros "y "Actualización de datos de Terceros"

PARÁGRAFO 5. De conformidad con lo dispuesto en la Circular No. 213 del 23 de febrero de 2021 expedida por el Director de Tesorería de la Secretaría de Hacienda en conjunto con el Director de Contratación de la Gobernación de Cundinamarca, para el pago deberán radicarse, los siguientes documentos o formatos:

- Documento de pago – (factura original SAP)
- Documento de radicación A-GF-FR-024
- Recibo a satisfacción y certificado para pago de Contratos/Convenio A-GC-FR-033 (la firma del ordenador del gasto original y las otras dos pueden ser originales o digitales)
- Certificación pago parafiscales del mes inmediatamente anterior.
- Certificación bancaria activa y legible

PARÁGRAFO 6. En el evento que el CONTRATISTA no presente cuenta de cobro, presentara factura electrónica (ésta al correo electrónico facturacion.secminasenergiaygas@cundinamarca.gov.co o la que se indique por la secretaría) o su documento equivalente para el pago, estando obligado a ello de conformidad con el régimen tributario aplicable y la Resolución 42 del 05 de mayo de 2020 o la norma que la adicione, modifique o sustituya, la Secretaría de Minas, Energía y Gas no lo tramitará mientras no se cumpla la obligación por parte del CONTRATISTA y en consecuencia el retraso en el pago que se produzca por esta circunstancia, no generará interés moratorio alguno a cargo de la Secretaría de Minas, Energía y Gas.

PARÁGRAFO 7. En todo caso, el pago estará sujeto a la disponibilidad de recursos del presupuesto Departamental y a la correspondiente programación de PAC.

NOTA. El contratista seleccionado será sujeto de los tributos propios que se generen por la modalidad del contrato, naturaleza jurídica y tributaria, entre ellos, estampillas departamentales, tasa pro-deporte, retenciones de IVA, retención de ICA y retención en la fuente cuando haya lugar a ellos.

Las tarifas de estampillas departamentales serán las siguientes:

TRIBUTO	VALOR Y PORCENTAJES

Retención en la fuente	**2.5%**
Reteica	**1%**
Reteiva	**15 % del iva que nos facturen**
Pro- Desarrollo Departamental	**2%**
Pro cultura Departamental	**1%**
Estampilla Pro Desarrollo UDEC-	**1.5%**
Pro hospitales	**2 %**
Adulto Mayor	**2%**
Pro-electrificación	**0.20% UVT ($7.600)**
Tasa prodeporte	**2.5%**

3.4. Obligaciones del contratista.

OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA

1. Cumplir con el objeto del presente contrato.
2. Desarrollar con diligencia el objeto del contrato mediante la utilización de los recursos materiales, técnicos y humanos que requiera para la correcta y oportuna ejecución del mismo.
3. Dar cumplimiento a la garantía legal inherente a los bienes que se pretender adquirir por parte de la Secretaria de Minas, Energía y Gas.
4. Colaborar con la Secretaría de Minas, Energía y Gas para que el objeto del contrato se cumpla dentro de principios de carácter contractual.
5. Avisar oportunamente de las situaciones previsibles que puedan afectar el equilibrio económico del contrato.
6. Constituir las pólizas exigidas en el proceso y en el contrato respectivo.
7. Ejecutar las medidas especiales de control que le imparta por escrito el supervisor del contrato designado por la Secretaría de Minas, Energía y Gas.
8. Las demás que se deriven de la naturaleza del contrato.

OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA

1. Entregar los ítems en la dirección que le indique la Secretaría de Minas, Energía y Gas del departamento de Cundinamarca.
2. Cumplir con los requerimientos y especificaciones mínimas establecidas en el contrato.
3. Mantener comunicación con la entidad a través del supervisor del contrato con el fin de recibir las orientaciones, evaluar el desarrollo del contrato y atender todas las recomendaciones que oportunamente indique el supervisor del contrato.
4. Garantizar que los ítems a entregar sean nuevos, de primera calidad, idóneos, seguros, de acuerdo a las normas técnicas y legales que rijan para estos.
5. Entregar los equipos con las respectivas certificaciones y con las garantías suplementarias sin costo adicional (en los casos que aplique).
6. Si se presentare defectos de los materiales o en la fabricación de los ítems o se predique o concluya que los mismos no son nuevos, idóneos, el CONTRATISTA deberá llevar a cabo la reparación de los partes defectuosas o reemplazo de los ítems en un término no mayor a tres (3) días contados a partir del día y hora en que le sea informada dicha anomalía por parte del Supervisor, so pena de hacerse acreedor a las

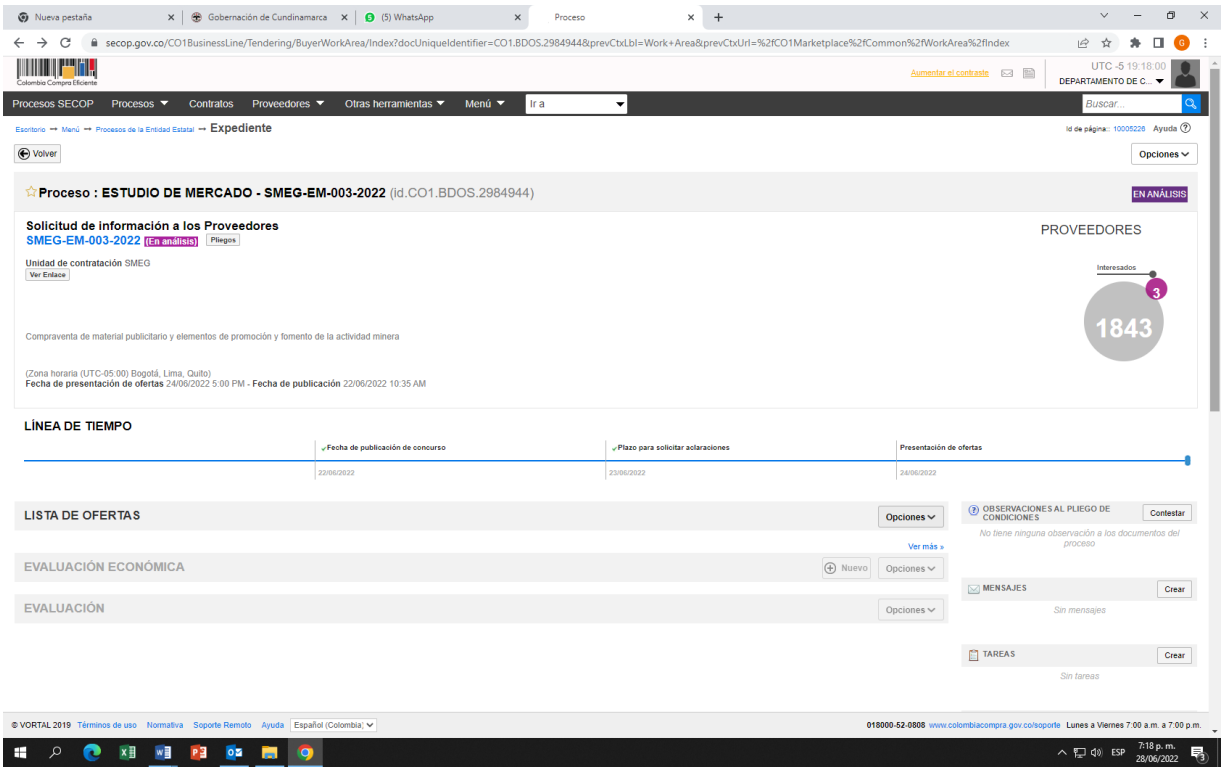
sanciones que disponga la normatividad aplicable, la reparación debe garantizarse sea antes de la necesidad del servicio.
7. Resolver de manera eficaz las situaciones que impliquen problemas técnicos con los ítems adquiridos.
8. Asumir el costo del traslado y transporte de los elementos que requieran ser reparados o cambiados durante el periodo de garantía legal y suplementaria.
9. Entregar los manuales de los ítems (si aplica).
10. Otorgar los ítems con garantía, la cual será como mínimo por el tiempo de la garantía legal para el correspondiente ítem y en los casos exigidos en las condiciones técnicas en donde se supere el tiempo de la garantía legal, deberá otorgar la garantía por el tiempo exigido en las mismas sin costo adicional.
11. Cumplir con los requerimientos exigibles por parte de las autoridades sanitarias que recaigan sobre los productos/ítems objeto del contrato.
12. Cumplir con los manuales y diseños aprobados por la Secretaría de Prensa del Departamento de Cundinamarca respecto de los ítems objeto de compraventa que impliquen su seguimiento. Lo anterior será entregado por la Secretaría de Minas, Energía y Gas al contratista.

OBLIGACIONES DE LA SECRETARÍA DE MINAS, ENERGIA Y GAS DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA

a. Ejercer la supervisión y seguimiento permanente de la ejecución del contrato.
b. Exigir el cumplimiento del contrato en los términos señalados.
c. Pagar el valor del contrato en los términos pactados.
d. Actuar de tal modo que, por causas imputables a la entidad, no sobrevenga una mayor onerosidad en el cumplimiento de las obligaciones a cargo del contratista, para lo cual, en el menor tiempo posible, corregirá los desajustes que puedan presentarse y acordará los mecanismos y procedimientos pertinentes para precaver o solucionar rápida y eficazmente las diferencias o situaciones litigiosas que lleguen a presentarse.
e. Pronunciarse sobre los documentos que someta el contratista a su consideración, de acuerdo con el contrato.
f. Colaborar con el contratista en la ejecución del objeto contratado.

4. EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y LA JUSTIFICACIÓN DEL MISMO

Para estimar el presupuesto oficial, la Secretaría de Minas, Energía y Gas, a través de la plataforma de SECOP II elevó solicitud de información a los proveedores con la oportunidad que estos presentaron cotizaciones para el estudio de mercado del presente proceso contractual, montando así el proceso SMEG-EM-003-2022, link: https://community.secop.gov.co/Public/Tendering/ContractNoticePhases/View?PPI=CO1.PPI.19145554&isFromPublicArea=True&isModal=False



Sin embargo, ninguna empresa de las posibles 1843 presentaron cotización; por lo cual, se solicitó directamente a diferentes empresas para que cotizaran, obteniendo el siguiente resultado:

		EMPRESA 1		EMPRESA 2		EMPRESA 3	
ÍTEM	CANT	PRECIO UND	PRECIO TOTAL	PRECIO UND	PRECIO TOTAL	PRECIO UND	PRECIO TOTAL
PENDÓN MINERÍA	2	$ 360.000	$ 720.000	$ 285.600	$ 571.200	$ 185.600	$ 371.200
LIBRETAS	100	$ 69.000	$ 6.900.000	$ 20.230	$ 2.023.000	$ 17.400	$ 1.740.000
ESFEROS ECOLÓGICOS	100	$ 9.600	$ 960.000	$ 3.451	$ 345.100	$ 3.906	$ 390.600
PLACAS CONMEMORATIVAS	10	$ 158.000	$ 1.580.000	$ 172.550	$ 1.725.500	$ 104.400	$ 1.044.000
DIPLOMA A LOS MINEROS POSTULADOS	50	$ 49.000	$ 2.450.000	$ 8.330	$ 416.500	$ 40.600	$ 2.030.000
CHAQUETAS INSTITUCIONALES	4	$ 330.000	$ 1.320.000	$ 267.750	$ 1.071.000	$ 197.200	$ 788.800
OVEROL CON REFLECTIVOS	1	$ 420.000	$ 420.000	$ 262.990	$ 262.990	$ 197.200	$ 197.200
PREMIACIÓN PRIMER PUESTO – COMPUTADOR PORTÁTIL. (OPCIÓN A)	3	$ 4.900.000	$ 14.700.000	$ 4.998.000	$ 14.994.000	$ 10.672.000	$ 32.016.000
PREMIACIÓN SEGUNDO PUESTO – TABLETA. (OPCIÓN A)	3	$ 1.700.000	$ 5.100.000	$ 2.023.000	$ 6.069.000	$ 1.716.800	$ 5.150.400
PREMIACIÓN TERCER PUESTO – CELULAR. (OPCIÓN A)	3	$ 2.100.000	$ 6.300.000	$ 1.547.000	$ 4.641.000	$ 1.292.240	$ 3.876.720
CASCO PARA TRABAJOS VERTICALES, ALTURA Y RESCATE	9	$ 170.000	$ 1.530.000	$ 178.500	$ 1.606.500	$ 276.428	$ 2.487.852
BOTAS DE SEGURIDAD	9	$ 310.000	$ 2.790.000	$ 234.430	$ 2.109.870	$ 374.100	$ 3.366.900
GUANTES PARA TRABAJO EN ALTURAS	9	$ 96.000	$ 864.000	$ 113.050	$ 1.017.450	$ 145.580	$ 1.310.220
ALMUERZO	150	$ 14.000	$ 2.100.000	$ 26.955	$ 4.043.250	$ 21.808	$ 3.271.200
DETALLES MINEROS	150			$ 60.690	$ 9.103.500	$ 153.816	$ 23.072.400
TOTAL			$ 56.803.460		$ 49.999.860,00		$ 81.113.492

De acuerdo al resultado obtenido para la determinación del valor estimado del contrato se tiene en cuenta la información suministrada en el estudio de mercado realizado, se estima entonces que el valor del contrato a celebrarse no será mayor a la suma de **($ 50.000.000) incluido IVA,** amparados en la cotización de menor valor ofertada en la solicitud la cual corresponde a $ 49.999.860, redondeando el valor a $50.000.000.

5. ANÁLISIS DEL SECTOR

El sector publicitario prevé su recuperación este 2022

En el 2022 la industria publicitaria comenzó a superar la fuerte crisis que había provocado la pandemia. En el 2022 está prevista la consolidación de su recuperación, con un crecimiento en el entorno del 7% y pese a que el ómicron está retrasando estos planes se presenta un año apasionante

Los responsables de las grandes agencias esperan que el gran salto adelante se produzca a partir del segundo semestre. Según dicen, “este año de transición entre la pandemia y la postpandemia plantea importantes desafíos porque se ha acelerado un cambio estructural, la digitalización del sector”. Dado que la publicidad es un termómetro

de las expectativas económicas, La Vanguardia en el contexto de su 140 Aniversario ha reunido a los ejecutivos de las principales empresas para tomar el pulso al sector, explica Pere G. Guardiola, director general de Godó Strategies.

"Este será el año de la consolidación de la recuperación y podremos estar muy cerca de la facturación de 2019. El 2021 ha sido un año de recuperación tras la pandemia, con un crecimiento de la in-versión del 9,5% en televisión y del 10% en digital, según estimación de datos oficiales, pero el 2022 será más complicado porque afrontamos grandes retos. El primero de ellos es que la televisión atraviesa un momento de transformación como consecuencia de la pérdida de audiencias en determinados targets comerciales, pasando a contemplar como fundamental un concepto audiovisual multiplataforma al que se tendrá que adaptar el mercado. Otro reto es que los grandes actores digitales están imponiendo sus reglas y están obligando a los grupos editoriales tradicionales a adaptarse para poder seguir creciendo", afirma Ricardo Molero, responsable de Digital Investment&programmatic&paid social de Publicis Groupe. Este va a ser el año de los datos. "Vamos a tener la oportunidad de comprobar que la trans-formación digital es una realidad que nos obliga a trabajar de otra manera". Javier Blanco, Global Media Lead de Omnicom Media Group, puntualiza que "estamos viviendo unos años que no son normales y comparables" y se muestra más cauto. Demora la recuperación de los ingresos previos a la pandemia hasta el 2023 porque España mejora con más lentitud. "La pandemia ha acelerado el cambio, todo se digitaliza. Sin embargo, cada medio mide las audiencias de forma distinta y esto dificulta la comparativa. Es necesario trabajar sobre una "unidad monetaria" común para poder competir y comparar de forma equitativa. Según afirma, la inversión publicitaria en España es cinco veces inferior a la de Reino Unido porque en algunos medios el coste del ticket promedio publicitario es mucho más barato.

Las tendencias en el mercado publicitario en 2022 van a estar marcadas por el impacto del Covid. Muchas son las empresas que han cambiado la forma de comunicarse con su público debido a esta nueva realidad y la publicidad digital ha sido su gran arma para conectar con él.

La publicidad tal y como se conocía ha dado un giro de 180 grados y ahora su presencia en el mundo digital es cada vez más fuerte. Las tendencias en el mercado publicitario en 2022 tienen que ver mucho con el posicionamiento de la marca, el alcance y la visibilidad que puedan obtener.

Del mismo modo, la publicidad contextual va a tener mucho protagonismo este año. De hecho, se prevé que las empresas gasten un casi 20% de sus presupuestos en ello.

Otro dato relevante es que se aproxima el final del uso de las cookies que se ha conocido hasta ahora. También la hiper personalización de las campañas para aumentar el impacto y fidelización de los clientes será muy utilizada.

Las tendencias en el mercado publicitario que marcarán el 2022

Toda empresa y agencia de comunicación tiene que estar en constante búsqueda de novedades y mejoras para sus estrategias. Tanto el avance de la pandemia y sus variantes como los problemas en la obtención de microchips van a ser claves en el futuro de muchas compañías.

Las preferencias del público también van a jugar un rol determinante. De hecho, el 70% de los consumidores expresa que considera importante que los anuncios se relacionen con el contenido que visualizan a diario. Igualmente, el 50% de los anunciantes va a cambiar de estrategia para el 2022 y se priorizará la segmentación y el análisis contextual.

Esto contribuye a que haya una menor gestión sobre el historial y la privacidad de las personas que navegan en espacios digitales como páginas web, blogs, etc. Esto puede sonar como un duro golpe para las empresas por no

contar con esta información vital, pero por otro lado es una oportunidad para desarrollar nuevas formas de comunicarse con la audiencia.

De esta forma, la segmentación tendrá otras fuentes de datos, como los enfoques contextuales que ayudan a centralizar las necesidades y expectativas de los usuarios. Las campañas se van a ver favorecidas, sobre todo en el embudo de ventas.

La adopción de nuevas tecnologías es todo un hecho con la falta de las cookies, pero también es una oportunidad para que las distintas marcas marquen nuevas tendencias en el mercado publicitario. El mundo está cambiando y la publicidad también lo está haciendo.

2.- La publicidad contextual

La publicidad contextual está llamada a ser una de las tendencias en el mercado publicitario en 2022 más relevantes. Ésta permite a todas las marcas y empresas poder proporcionar anuncios interesantes y llamativos. Y es que está demostrado que los clientes esperan encontrar anuncios que tengan que ver con los productos que consumen.

Una ventaja de la publicidad contextual es que no depende de las cookies de terceros ni de las propias. Por esa razón, las marcas comenzarán a utilizar datos propios. Se estima que el 60% de las empresas tienen pensado adoptar esta estrategia durante este año.

3.- La televisión conectada o CTV

Esta es una de las tendencias en el mercado publicitario en 2022 más en boga el mundo publicitario, sobre todo para Latinoamérica. Hoy por hoy, hay casi 70 millones de suscriptores de TV de pago en el continente, pero los distintos cambios sociales y económicos van a hacer que estos números caigan gradualmente.

La televisión conectada y la publicidad forman una combinación muy favorable para que los clientes accedan a contenidos que realmente llamen su atención. Tanto es así que casi el 68 % de las personas en Latinoamérica prefiere ver publicidad antes que pagar por un servicio que no las tenga.

Esto impulsará la publicidad en vivo a niveles nunca vistos en este 2022. Esto tiene beneficios notables, como un mejor acceso a los catálogos de contenidos para los clientes y una inversión mayor en canales programáticos, por lo que se dejará a un lado la programación en abierto.

4.- El Branded Content

Invertir en datos propios para sacar adelante estrategias de marketing parece ser una de las tendencias en el mercado publicitario en 2022. Y es que el branded content busca conectar con los clientes desde la marca y para ello debe crear contenido que sea llamativo y que muestre las cualidades y valores de la marca.

El principal objetivo del branded content como una de las más importantes tendencias en el mercado publicitario en 2022 es generar engagement. Un punto favorable es que puede adaptarse a casi cualquier tipo de campaña como una de vídeo, una de imagen, streaming, podcast, etc.

5.- Comercio electrónico e ecommerce

El ecommerce seguirá creciendo exponencialmente este año. Se estima que el tráfico de los mercados digitales a través de dispositivos móviles alcanzará una cuota del 75% del mercado para el 2025. De aquí que sea tan importante poder optimizar estos comercios electrónicos para su buen funcionamiento en teléfonos móviles y tablets, la atención al cliente jugará un papel central en el mantenimiento de los clientes con una marca y los

chatbots tendrán un mayor protagonismo. Este recurso aumenta la confianza de los usuarios en una marca porque automatizan respuestas para personalizar la comunicación. Poder transformar la confianza en acciones relevantes de marketing digital es muy importante, ya que así se crean experiencias únicas con mayor eficiencia y con un máximo retorno o ROI.

6.- El Metaverso y la inteligencia artificial

La inteligencia artificial va a ser un gran aliado para las empresas. Sobre todo en las búsquedas por voz de contenidos. Se estima que solo en Estados Unidos la mitad de los hogares tendrá un dispositivo de comando por voz antes de fin de año. También el Metaverso anunciado por Mark Zuckerberg tendrá gran impacto.

Y es que serán muchas empresas las que quieran ponerse a la vanguardia en la tecnología y adaptar sus contenidos a la nueva realidad del Metaverso. El punto esencial será crear un universo paralelo y virtual donde poder interactuar con otras personas.

7. – El gaming seguirá siendo tendencia en 2022

Los elementos tradicionales han quedado en el pasado. Las nuevas tendencias en el mercado publicitario en 2022 abarcan una nueva forma de comunicación donde los videojuegos han cobrado una importancia capital.

En el mundo hay casi 3000 millones de usuarios de videojuegos activos que juegan mediante sus teléfonos móviles. La implantación definitiva del 5G va a aumentar esta tendencia con el pasar del tiempo debido a la mejorar en la velocidad de la conexión entre dispositivos.

8.- El dominio del vídeo streaming

Esta es una de las estrategias comerciales más rentables de la actualidad y como tendencia en el mercado publicitario en 2022 tendrá gran relevancia. Y es que el vídeo es capaz de generar mucho mayor engagement que cualquier otro formato. Si a esto se le suma que permite crear campañas de storytelling relevantes, se facilita la difusión de un contenido altamente eficaz.

Para las tendencias en el mercado publicitario en 2022 el contenido de vídeo en línea dominará el mercado con el 86%. Por eso hoy es considerado un componente clave en el mundo del marketing.

9.- Crecimiento del D2C o Direct to consumer

Se trata de una de las tendencias en el mercado publicitario en 2022 claves porque se trata de construir nuevos canales de venta con los consumidores. En otras palabras, se trata de aprovechar la confianza que se tiene con el cliente para ofrecer productos, experiencias con mucha mayor eficiencia y por ende mayor ROI.

En Rebold tenemos una amplia experiencia en Marketing Digital para llevar tus campañas a otro nivel. Podemos ayudarte a conseguir notoriedad y visibilidad en tu mercado, ya que contamos con las herramientas necesarias para expandir tus contenidos y campañas.

TIPOS DE MATERIAL PUBLICITARIO

Los diversos tipos de materiales publicitarios incluyen carteles y volantes. Ambos son materiales de marketing impresos que se muestran en las paredes de una tienda o espacio público. Los carteles pueden ser tan pequeños como una hoja A4 o tan grande como una cartelera. Deben ser llamativos y alentar el intercambio de fotos. Aquí hay unos ejemplos. A continuación se enumeran algunos consejos para que sean efectivos. Una vez que haya decidido qué tipo de material publicitario desea usar, elija su tamaño y diseño.

Catálogos

Una campaña de marketing de catálogo exitosa no solo debe promover un producto, sino también proporcionar contenido valioso para los clientes. El contenido que es útil para el cliente es más probable que genere una respuesta positiva y se convierta en una campaña publicitaria de boca en boca. Dependiendo del producto, este contenido podría ser en forma de revisiones de productos, respuestas a preguntas frecuentes o incluso una guía de cómo hacer. De esta manera, una exitosa campaña de marketing de catálogo es una situación de ganar-ganar tanto para la marca como para el consumidor.

Algunas compañías publican catálogos centrados en el tema, que se centran en una determinada línea o división de productos. Estos generalmente se marcan para reflejar una división o negocio específico. Un catálogo centrado en el servicio, por otro lado, enumera todo, desde los servicios de compañía hasta los productos y configuraciones. Dependiendo de la categoría de productos, un catálogo de lista de servicios puede incluir estudios de casos y testimonios de clientes satisfechos. Los catálogos se pueden usar como material publicitario, pero no deben considerarse argumentos de venta.

Folletos

Hay muchas ventajas en el uso de folletos como material publicitario. Pueden ser visualmente atractivos y pueden incluir imágenes, mapas, gráficos y texto. A diferencia de las páginas web, los folletos se verán iguales independientemente del dispositivo utilizado para verlos. Además, los folletos son hojas pequeñas que se doblan fácilmente. Esto los hace ideales para llamar la atención de los lectores y alentarlos a aprender más. A continuación se enumeran cuatro consejos para usar folletos como materiales publicitarios. o Toman tiempo para crear. En comparación con los volantes, los folletos son más caros. Los folletos no están diseñados para solicitar negocios, sino para educar a los clientes potenciales. Un folleto contiene puntos de conversación, resalta productos e ideas, y es un gran sustituto para tomar notas. A diferencia de los volantes, los folletos siempre están atados y pueden ser costosos. A pesar de estas desventajas, los folletos siguen siendo altamente efectivos para fines de marketing. A continuación se enumeran algunas razones por las cuales los folletos son la mejor opción para comercializar su negocio.

Tarjetas postales

Además de su precio asequible, las postales también tienen otros beneficios. En primer lugar, son llamativos, lo que significa que se notarán más que una letra o sobre tradicional. Las postales también proporcionan un toque más personal para las campañas de marketing, ya que el contenido se puede ver cuando el destinatario recoge la postal. Además, es posible personalizar el contenido de la postal al lector.

Para garantizar el éxito de su campaña postal, debe tener en cuenta ciertas cosas. En primer lugar, sus postales deben incluir todos los datos de contacto importantes de la empresa. Esto incluiría el nombre, la dirección, el número de teléfono y el logotipo de la empresa. En segundo lugar, sus postales deben centrarse en su función de

venta de productos. Por lo tanto, debe tener un público objetivo claro en mente antes de comenzar a escribir la copia para ellos. También puede incluir testimonios para convencer a su audiencia de que su producto es confiable. De esta manera, puede demostrar que las personas han usado su producto y lo han comprado repetidamente.

Volantes

Si no está seguro de cómo usar volantes, aquí hay algunos consejos para ayudarlo a aprovechar al máximo esta herramienta de marketing económica. La primera regla del diseño del folleto es hacer que la información sea fácil de absorber. El contenido debe ser atractivo y atractivo. También debe asegurarse de usar a todo color: los volantes en blanco y negro se verán pegajosos. Use diferentes tamaños para el texto, los titulares y el cuerpo. Asegúrese de incluir números de teléfono y direcciones de correo electrónico si es posible.

Deberá determinar su público objetivo. Una pequeña empresa puede usar volantes para presentarse a nuevos clientes. Además, se pueden utilizar para promover un nuevo negocio. Si tiene un nuevo producto o servicio, puede usar volantes para presentarlo a una nueva audiencia. También puede imprimirlos a granel y distribuirlos en toda su área local. Necesitará conocer bien a su público objetivo antes de imprimirlos. Esto lo ayudará a determinar dónde colocar sus volantes.

Kits de medios

Si está buscando crear algo de material publicitario, considere armar un kit de medios para su negocio. Su kit debe contener información sobre su empresa, incluidas las revisiones de productos y servicios, así como un folleto o un mini kit de ventas. También puede incluir testimonios que muestran su experiencia y credibilidad. Al preparar un kit de medios, comuníquese con fuentes de confianza para obtener citas, como clientes o clientes anteriores. En general, desea tener al menos cinco testimonios.

Además de los materiales que crea, su kit de medios debe incluir información de contacto, como el nombre y el número de teléfono de un representante de la empresa. También debe incluir información sobre la persona o equipo que puede responder preguntas por usted. Estas personas son las mejores opciones para futuras promociones, asociaciones o preguntas generales. Su kit también debe incluir una foto o dos del negocio o producto, así como testimonios de clientes felices. Además de proporcionar la información de contacto necesaria, un kit de medios debe incluir los perfiles de redes sociales de la compañía si los tiene.

POBLACIÓN VULNERABLE

Para el presente proceso contractual, se realizó búsqueda en múltiples bases de datos de la Superintendencia de Sociedad, el DANE, las Cámaras de Comercio del territorio nacional, con la finalidad de poder establecer si la provisión de bienes se ha dado en anteriores ocasiones por la población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, sin arrojar resultados favorables o determinantes que logren establecer una conclusión de tal tipo.

No se considera conveniente ni oportuno entonces hacer exigible al futuro contratista que la provisión de bienes o servicios sean provistos por dicho tipo de población, lo cual, podría conllevar a establecer una carga adicional para el contratista, más aún teniendo en cuenta el plazo de ejecución, el tipo de bienes a comprar y el riesgo que implicaría la no consecución de contratar con dicha población que podría degenerar en un incumplimiento.

6. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL

El proceso de compra se encuentra estipulado en el Plan de adquisiciones de la secretaria de Minas, Energía y Gas para el año 2022, bajo el CDP No.7100026498 del 6 de julio de 2022, suscrito por el Director de Presupuesto de la Gobernación de Cundinamarca, por la suma de CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE. ($50.000.000).

Este rubro se encuentra cubierto por la Meta 200, la cual establece: Impulsar 10 espacios especializados para la promoción e intercambio de conocimientos de la actividad minera del departamento. En la cual se proyecta para el sector minero energético la asistencia técnica a las empresas, participar de espacios que potencialicen el sector minero y contribuyan a su competitividad.

7. ANÁLISIS DE RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO

El Análisis de riesgo se encuentra establecida en la Matriz de riesgo – Matriz 1.

8. LAS GARANTÍAS QUE LA ENTIDAD ESTATAL CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN.

En razón a la naturaleza del contrato, los ítems requeridos, las obligaciones planteadas a cargo del contratista y con el fin de asegurar el cabal cumplimiento del contrato, se solicitará al contratista a constituir a favor del Departamento de Cundinamarca – Secretaría de Minas, Energía y Gas identificada con NIT 899.999.114-0, dentro del día siguiente a la aceptación de la oferta, garantía de conformidad con el Decreto 1082 de 2015 así:

A) **DE CUMPLIMIENTO**: EN CUANTÍA EQUIVALENTE AL DIEZ POR CIENTO (10%) DEL VALOR TOTAL DEL CONTRATO, CON UNA DURACION IGUAL AL PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO Y SEIS (6) MESES MÁS.

B) **CALIDAD Y CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LOS BIENES SUMINISTRADOS**: EN CUANTÍA EQUIVALENTE AL DIEZ POR CIENTO (10%) DEL VALOR TOTAL DEL CONTRATO, CON UNA DURACION IGUAL AL PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO Y SEIS (6) MESES MAS.

PARÁGRAFO PRIMERO: En caso que haya necesidad de adicionar, prorrogar o suspender la ejecución del presente contrato, el contratista se obliga a modificar la garantía única de acuerdo con las normas legales vigentes, así como, a reponer la garantía cuando el valor de la misma sea afectado por razón de siniestros.

PARÁGRAFO SEGUNDO: El contratista deberá mantener vigente la garantía única y serán de su cargo el pago de todas las primas y demás erogaciones de su constitución. El Departamento de Cundinamarca – Secretaría de Minas, Energía y Gas, podrá solicitar a la aseguradora la prórroga o modificación de las pólizas a cargo del contratista, cuando este se negare a hacerlo, valor que se descontará de las sumas a él adeudadas.

El contratista deberá contratar un seguro que ampare la responsabilidad civil extracontractual de con las siguientes características:

C) **RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL**. Por cuantía equivalente a DOSCIENTOS (200) S.M.L.V. por el plazo de ejecución del contrato.

9. ANEXOS:

A continuación, se presenta una lista enunciativa de soportes de los estudios previos:

- Certificado de Disponibilidad Presupuestal – CDP.
- Concepto precontractual de gastos de inversión.
- Todos aquellos documentos en los cuales se soporta la futura contratación.

10. RESPONSABLES

		
Greysi Edilamar Mejía Torres Profesional Universitario **Responsable Componente Técnico**	Nicolás F. Parra C. Abogado contratista **Responsable Componente Jurídico**	José Luis Hernández Robayo Contratista **Responsable Componente Financiero**