

**FECHA DE ELABORACIÓN:** 02 de enero de 2023

**TIPO DE CONTRATO:** Suministro

**DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE SATISFACER CON EL PROCESO DE CONTRATACIÓN.**

El Fondo de Vivienda de Interés Social y Reforma Urbana del Municipio de Sabaneta - FOVIS, con fundamento en los fines esenciales del estado, consignados en el artículo 2 de la Constitución Política de Colombia y respetando los principios de la función pública: igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, establecidos en el artículo 209 de la misma, emprende su accionar como establecimiento público descentralizado del orden municipal para la consecución de tales fines, sin desestimar el rigor que emana de los principios ya enunciados, que son norma imperativa y sustancial.

Además, se debe atender a los preceptos jurídicos contenidos en el artículo 25 numeral 7 y 12 de la ley 80 de 1993, en concordancia con lo previsto en el artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015. La siguiente descripción de la necesidad del Fondo de Vivienda de Interés Social y Reforma Urbana del Municipio de Sabaneta - FOVIS, pretende enmarcar este proceso de contratación, para materializar la eficiencia y transparencia en la contratación a través de una debida planeación, en aras de salvaguardar este último principio que rige y da orden a la contracción estatal.

En cumplimiento al programa “vivienda digna para todos” como un derecho humano básico, si se parte de que un techo inadecuado e inseguro amenaza la calidad de vida de los individuos, atentando directamente contra la salud física y mental. Esta idea ha sido reflejada en el derecho internacional, a través de instrumentos como la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, por lo cual se ejecutarán dentro de este programa acciones encaminadas a la solución habitacional digna, legalización de predios y planeación y fortalecimiento institucional en vivienda.

Teniendo en cuenta que el derecho a la vivienda digna “pertenece a un grupo de derechos denominados derechos sociales”. Los derechos económicos, sociales y culturales tienen por finalidad lograr el cumplimiento del principio de igualdad, especialmente, de los miembros más vulnerables de la sociedad. En nuestra Constitución Política se encuentran consagrados a partir del capítulo II, en donde el artículo 51° de la Carta Magna dispone que los colombianos tendrán derecho a la

vivienda digna: ARTICULO 51. “Todos los colombianos tienen derecho a vivienda digna. El Estado fijará las condiciones necesarias para hacer efectivo este derecho y promoverá planes de vivienda de interés social, sistemas adecuados de financiación a largo plazo y formas asociativas de ejecución de estos programas de vivienda.

En nuestra condición de seres sociales, las personas necesitamos comunicarnos. La comunicación permite transmitir información e intercambiar o compartir ideas, lo que enriquece la experiencia humana. La comunicación es de vital importancia para desarrollar nuestras potencialidades.

La comunicación ha sido profundamente estudiada desde las ciencias sociales y sobre todo desde la lingüística, y quedó claro que se trata de un proceso complejo que involucra la figura de un emisor que transmite un mensaje a un receptor, por un canal dado, en un contexto dado, empleando un código preestablecido, que obviamente debe ser conocido por el emisor y el receptor. Se trata de un proceso dinámico de ida y vuelta y que involucra diversas competencias.

La comunicación constituye un instrumento social importantísimo de cambio. Esta hace posible influir en las ideas y los sentimientos de los demás. A quienes pueden comunicarse con soltura les resulta mucho más fácil desenvolverse en todos los órdenes de la vida.

En la comunicación empresarial se suele diferenciar entre comunicación externa y comunicación interna.

- La **externa** comprende lo que se debe transmitir hacia fuera de la entidad, lo que puede comprender consumidores, grupos de opinión, cámaras empresariales, etc. Es sin duda fundamental ya que es la que permite dar a conocer un producto o servicio e informar sobre sus principales beneficios o características. Por lo general se recurre a medios gráficos, televisión, Internet, afiches, carteles, volantes, catálogos, folletos, etc. Las relaciones públicas son parte importante en la comunicación externa, y estas influyen mucho la imagen o reputación de la empresa que se va construyendo.
- En la **comunicación interna** el mensaje se dirige hacia dentro de la entidad, a su personal. Su finalidad es delinear misión y visión, coordinar actividades, organizar tareas, informar sucesos, replantear objetivos, motivar, etc. La comunicación interna puede ser formal o informal. En la primera el mensaje comienza en un integrante de la empresa con un determinado nivel jerárquico y va dirigido a otros integrantes (de igual o diferente nivel jerárquico) siguiendo canales establecidos formalmente por la empresa. En la segunda, la

información circula entre los miembros de la empresa sin seguir canales establecidos formalmente. Aunque la primera es la más relevante en términos organizacionales, la segunda también puede influir en los resultados de la empresa.

El FOVIS en cumplimiento de su misión institucional y con el fin de facilitar el desarrollo de su gestión, debe brindar condiciones necesarias para el normal funcionamiento y ejecución de las actividades propias de la entidad, para ello es necesario el suministro de impresos y publicaciones para la divulgación de información de los diferentes servicios, programas y actividades del FOVIS. Es por ello que los programas misionales de la entidad "Mejora tú casa, mejora tú vida" que tiene por objetivo disminuir el déficit cualitativo de los inmuebles de los sabaneteños y "Si legalizas, valorizas" cuyo fin, es brindar la asesoría, orientación, técnica y jurídica tendiente a lograr la obtención de títulos de propiedad de los inmuebles que carecen del mismo, los objetivos del Plan de Desarrollo son esenciales para garantizar los derechos de vivienda de los sabaneteños y la creación de estos programas, requieren para su ejecución mecanismos que les permitan su visibilización, su difusión, propagación y distintos medios que logren acercarnos a la comunidad, es por ello que contar con el suministro de publicidad es indispensable para estos fines.

Para el desarrollo de los objetivos misionales del FOVIS y cumplimiento de los programas y proyectos de la entidad, es necesario la ejecución de estrategias comunicacionales que permitan generar procesos de transformación cultural que posibiliten una administración participativa y gerencial en busca de mejorar el servicio a la comunidad y promover la participación ciudadana, en todos los escenarios creados para ellos, para ello se ve en la necesidad de contratar la necesidad que se expone en el presente Estudio Previo, especialmente en aras de visibilizar los proyectos asociados al plan de Desarrollo 2020-2023 "Sabaneta, Ciudad Consciente 2020-2023" los cuales son: "Sabaneta, un hogar digno para todos", "mejora tú casa, mejora tú vida" y "si legalizas, valorizas" lograr el efectivo desarrollo de estas líneas implica llegar al público y a la comunidad que necesita de la oferta institucional de la entidad, esto solo puede lograrse a través de la visibilización de sus programas, a través de la adquisición de elementos publicitarios, impresos y digitales y que abarcan la presente contratación.

### **CONCORDANCIA DE LA CONTRATACIÓN CON LA POLÍTICA PÚBLICA DE VIVIENDA DEL MUNICIPIO DE SABANETA:**

**Acuerdo Municipal 015 del 2018**

Artículo	Eje estratégico	Programa o Subprograma	Objetivo del programa
<b>Sexto:</b> <b>“Lineamientos”</b>	3. Asequibilidad y Viabilidad económica (Sostenibilidad de los gastos habitacionales)	Vivienda digna y adecuada para Sabaneta	Disminuir el déficit cualitativo y cuantitativo de viviendas que mejore la calidad de vida de las familias del Municipio de Sabaneta.

### CONCORDANCIA DE LA CONTRATACIÓN CON EL PLAN DE DESARROLLO NACIONAL:

#### Ley 1955 del 2019

Artículo	Pacto/Línea	Línea
<b>4 Plan Nacional de Inversiones Públicas</b>	III. Pacto por la equidad: política social moderna centrada en la familia, eficiente, de calidad y conectada a mercados.	Vivienda y entornos dignos e incluyentes.

### CONCORDANCIA DE LA CONTRATACIÓN CON EL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL:

Artículo	Pacto/Línea	Línea
<b>Plan de desarrollo Unidos por la vida 2020-2023</b>	III. Nuestro planeta	3.1. Antioquia Hábitat Sostenible 3.1.1 Programa: viviendas dignas para la vida

### CONCORDANCIA DE LA CONTRATACIÓN CON EL PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL

Norma	Dimensión	Reto	Programa
-------	-----------	------	----------

<p><b>“TODOS SOMOS SABANETA – SABANETA CIUDAD PARA EL MUNDO – SABANETA CIUDAD CONSCIENTE”</b></p>	<p>Gestionemos nuestro hábitat y territorio hacia lo sostenible.</p>	<p>Vivienda y asentamientos humanos</p>	<p><b>V1, V2 y V3</b></p>
---	--	---	---------------------------

## 1. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO A CONTRATAR CON SUS ESPECIFICACIONES, AUTORIZACIONES, PERMISOS Y LICENCIAS REQUERIDAS PARA SU EJECUCIÓN.

### 1.1. Objeto contractual.

SUMINISTRO DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS: "SABANETA, UN HOGAR DIGNO PARA TODOS", MEJORA TU CASA, MEJORA TU VIDA" Y "SI LEGALIZAS, VALORIZAS"

Clasificación UNSPSC	Segmento	Familia	Clase
821015	Servicios Editoriales, de diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes.	Publicidad.	Publicidad impresa.
821018	Servicios Editoriales, de diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes.	Publicidad.	Servicios de Agencia de Publicidad

### 1.2. Domicilio.

Municipio de Sabaneta.

### 1.3. Plazo del contrato.

Desde la firma del acta de inicio y hasta el 31 de Diciembre de 2023.

### 1.4. Certificado de disponibilidad presupuestal.

Para la suscripción del contrato, se cuenta con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal N° 18 expedido el **02/01/2023**

### 1.5. Especificaciones técnicas del objeto contractual.

#### FICHA TECNICA

PRODUCTO	MEDIDA	MATERIAL	ACABADOS	CANTIDAD
PASACALLE	6 MT X 75 CM	LONA BANNER	5 VARILLAS EN MADERA - INSTALACIÓN	1
PASACALLE	6 MT X 1 MT	LONA BANNER	5 VARILLAS EN MADERA - INSTALACIÓN	1
AFICHES CARTA	22 CM X 28 CM	PAPEL PROPALCOTE 115 GRAMOS	N/A	1
AFICHES TABLOIDE	28 CM X 43 CM	PAPEL PROPALCOTE 115 GRAMOS	N/A	1
VOLANTES 1 CARA 4X0	22 CM X 28 CM	PAPEL PROPALCOTE 115 GRAMOS	N/A	1
VOLANTES 2 CARA 4X4	22 CM X 28 CM	PAPEL PROPALCOTE 115 GRAMOS	N/A	1
PLEGABLE 3 CUERPOS 4X4	22 CM X 28 CM	PAPEL PROPALCOTE 115 GRAMOS	2 PLIEGUES Y TROQUELADOS	1
VALLA	12 MT X 4 MT	LONA BANNER	BOLSILLOS AL PERIMETRO A TRASLAPE DE 3 CM INSTALACIÓN	1
LONA	1 MT X 2 MT	ADHESIVO		1
LONA	64 CM X 50 CM	ADHESIVO		1

ADHESIVO	1 MT X 2 MT	VINILO	LAMINADO	1
ADHESIVO	64 CM X 50 CM	VINILO	LAMINADO	1
ROLL UP	1 MT X 2 MT	LONA BANNER + ESTRUCTURA ALUMINIO	MONTAJE	1
CARPETA	TAMAÑO CARTA	PROPALCOTE 300	LAMINADA CON BOLSILLO	1
CARTILLA	TAMAÑO CARTA	PROPALCOTE	PASTA CON CORTE LAMINADO HOJA INTERNA PROPALCOTE 150 8 HOJAS	1
IMPRESIÓN DIGITAL	TAMAÑO CARTA	PROPALCOTE 300	REFILADOS	1
IMPRESIÓN DIGITAL	TAMAÑO MEDIA CARTA	PROPALCOTE 300	REFILADOS	1
IMPRESIÓN DIGITAL	TAMAÑO TABLOIDE	PROPALCOTE 300	REFILADOS	1
<b>PRODUCTO</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>			<b>CANTIDAD</b>
CAMISetas	TIPO POLO, BLANCA, CON 1 LOGO A COLOR DELANTE DE 10 X 10 CM Y LOGO ATRÁS DE 23 X 7 CM			1
CHAQUETAS	AZUL OSCURA CON CIERRE EN MANGAS Y EN COPOTA, COM LOGOS CON HILO BLANCO AL FRENTE EN LADO IZQUIERDO 11 X 9 CM Y DERECHO 12 X 3.5 CM Y EN LA PARTE DE ATRÁS LOGO 25 X 10 CM			1
<b>PRODUCTO</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>			<b>CANTIDAD</b>

MENSAJES DE TEXTO	ENVÍO DE SMS MASIVOS, TRANSACCIONALES, CONVERSACIONALES, O PERSONALIZADOS A CUALQUIER TIPO DE TELÉFONO CELULAR DE MANERA RÁPIDA Y EFICAZ.	1 a 5000
MENSAJES DE TEXTO	ENVÍO DE SMS MASIVOS, TRANSACCIONALES, CONVERSACIONALES, O PERSONALIZADOS A CUALQUIER TIPO DE TELÉFONO CELULAR DE MANERA RÁPIDA Y EFICAZ.	5000 a 10000
SERVICIO DE BANCO DE IMÁGENES	COMPRA DE IMÁGENES LIBRES DE DERECHOS. COLECCIONES TEMÁTICAS DE FOTOS DE ALTA CALIDAD DE ACUERDO A LA NECESIDAD.	1
PAUTA DIGITAL	PAGO DE PAUTA DIGITAL DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DE CONVOCATORIA Y POSICIONAMIENTO.	1
IVR RESPUESTA DE VOZ INTERACTIVA	ENVIO DE GRABACIÓN GENERAL A CUALQUIER TIPO DE TELÉFONO CELULAR DE MANERA RÁPIDA Y EFICAZ, MEDIANTE LLAMADA TELEFÓNICA, DE ACUERDO A LA NECESIDAD.	1

### 1.6. Autorizaciones o permisos requeridos para la ejecución del contrato.

N/A

### 1.7. Obligaciones de las partes.

#### Obligaciones del contratista.

1. Garantizar la calidad de los servicios contratados y responder por ellos de conformidad con lo estipulado en el artículo 5o. Numeral 2 de la Ley 80 de 1993.
2. Desarrollar el objeto del contrato de acuerdo con la propuesta presentada y cumpliendo con la ficha técnica y las especificaciones establecidas.
3. Certificar los pagos correspondientes al Sistema de Seguridad Social Integral (Parafiscales), de conformidad por lo establecido por la normatividad vigente.

4. Atender todas las recomendaciones, solicitudes, peticiones que oportunamente indique el funcionario encargado para la supervisión y vigilancia del contrato.
5. Cumplir con el objeto del contrato, con plena autonomía técnica y administrativa y bajo su propia responsabilidad. Por lo tanto, no existe ni existirá ningún tipo de subordinación, ni vínculo laboral alguno del contratista con el Municipio.
6. Adelantar oportunamente los trámites y cumplir los requisitos para la ejecución y legalización del contrato.
7. Suministrar los impresos y publicaciones dentro de un plazo máximo de 72 horas desde que se realizó la solicitud por la Entidad.
8. Todas las demás inherentes o necesarias para la correcta ejecución del objeto contractual.

### **Obligaciones del Fondo de Vivienda de Interés Social y Reforma Urbana del Municipio de Sabaneta**

1. Verificar que los bienes y/o servicios recibidos por el contratista se ajusten a las condiciones técnicas exigidas.
2. Tramitar los pagos en los términos que se acuerden en la propuesta y el contrato, con base en certificaciones de prestación efectiva del servicio.
3. Brindar la información y documentación que el contratista requiera para el adecuado desarrollo y cumplimiento de su objeto.
4. Adelantar las acciones necesarias para la eficiente ejecución del contrato.
5. Señalar en forma clara y expresa las pautas que debe seguir el contratista en sus actuaciones y los objetivos que debe perseguir.
6. Dar respuesta oportuna a las solicitudes del contratista, definir las situaciones necesarias para la ejecución y adelantar los trámites a que haya lugar por su parte para garantizar la debida ejecución.
7. Realizar la supervisión de contrato.

### **2. FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE SOPORTAN LA MODALIDAD DE SELECCIÓN.**

El artículo 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto No. 1082 de 2015 señaló que el trámite de la mínima cuantía, es aplicable para la contratación cuyo valor no excede 10% de la menor cuantía de la Entidad Estatal, con independencia de su objeto.

Teniendo en cuenta que el presupuesto oficial para el presente proceso no supera el diez por ciento (10%) de la menor cuantía de la entidad, se dará aplicación a la modalidad.

El presupuesto es de **hasta VEINTICINCO MILLONES DE PESOS (\$25.000.000)**.

Atendiendo las características y especificaciones técnicas de los insumos que se desean adquirir, se solicitó 3 cotizaciones las cuales irán adjuntas en los presentes estudios previos

**NOTA:** Los valores contemplados en dicho estudio incluyen IVA.

### **2.1. Forma de pago.**

El FOVIS cancelará a favor de EL CONTRATISTA el valor causado conforme a las necesidades y requerimientos de la entidad. Los pagos serán cancelados por medio de la Tesorería del FOVIS en pesos colombianos, a través de transferencia en línea a la cuenta corriente o de ahorros que el contratista señale, en una de las entidades financieras afiliadas al sistema automático de pagos, previos los descuentos de ley.

Se realizarán pagos dentro de los quince (15) días siguientes a la presentación de la factura; previa revisión y aprobación del funcionario designado para su supervisión y vigilancia por el FOVIS.

Para el pago EL CONTRATISTA deberá presentar al funcionario encargado para la supervisión y vigilancia del contrato asignado por el FOVIS, factura de venta que cumpla con los requisitos establecidos en el Estatuto tributario.

### **2.2. Estudios del Sector.**

*“La industria Editorial y de la Comunicación Gráfica se caracteriza por tener como actividad principal el suministro del servicio de impresión para terceros. Entre los productos más destacados de esta cadena están libros, material de empaque y publicomerciales, donde los dos últimos representan tasas de crecimiento mundiales casi del doble que las editoriales, los periódicos y las revistas.*

*En este sector, Colombia ha definido como objetivo fundamental recuperar el mercado de exportaciones, y como meta para el año 2025 que su volumen sea igual o superior a 314 millones de dólares. Para el periodo 2025–2032, se busca lograr el crecimiento medio observado en la región de 5.5%, alcanzando una cifra de 458 millones de dólares. En el mundo los productos con el mayor crecimiento son los empaques y las etiquetas. América Latina y Asia son las regiones con mayor crecimiento promedio, por encima de Estados Unidos y Europa. Internet*

*“y nuevas tecnologías imponen los grandes desafíos actuales, por lo que la transformación de la industria de impresión se enfoca hacia los servicios y el desarrollo y retención de conocimientos.”*

<https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=738&conID=796>

La cadena productiva de la industria editorial y de la comunicación gráfica comprende a los sectores papelerero y gráfico, cuyas actividades productivas son interdependientes: materia prima para la producción de pulpa (madera, bagazo reciclado u otros nuevos materiales), papel o cartón (que pueden ser usados como productos finales o transformarse dentro de la industria), y conversión a libros, poligráficos, etiquetas o empaques (mediante insumos de publicidad, editorial, plástico, químicos, etc.). Esta cadena se complementa con los procesos de comercialización y venta de los productos y servicios con valor agregado.

La competitividad y los impactos que se generan en el sector dependen de las decisiones y la colaboración de los actores en cada uno de los eslabones.



El presente informe se ubica en el eslabón de Comunicación Gráfica que está dividido en los siguientes segmentos de producción:

#### Empaques

- Empaques
- Etiquetas

#### Publicitario

- Catálogos
- Publcomerciales
- Directorios

#### Comercial

- Impresión transaccional
- Formas y valores
- Oficina
- Otros

#### Editorial

- Impresión de libros

Los productos y servicios que se ofrecen en estos segmentos son utilizados de manera transversal por otras industrias en Colombia y en el exterior, como por ejemplo en las farmacéuticas, de textiles, de alimentos y de

cosméticos. En estas actividades no sólo el papel es la superficie de impresión, sino también otros materiales dependiendo del segmento y los requerimientos del cliente.

La gestión de los compromisos de sostenibilidad se impulsa a nivel sectorial por las organizaciones sectoriales que representan y apoyan a la Industria Editorial y de la Comunicación Gráfica. El trabajo de estas organizaciones es clave para compartir y promover buenas prácticas, colaborar con otras organizaciones públicas y privadas, y alinear las políticas e iniciativas del Gobierno con las necesidades del sector.



Los intereses, las necesidades y expectativas de los grupos de interés a lo largo de la cadena de valor, jalonan los compromisos de sostenibilidad de las empresas y la gestión de las organizaciones sectoriales. Estos crean directa o indirectamente exigencias técnicas, sociales y ambientales en los productos y procesos de fabricación.

El suministro de formatos pre impresos, suele ser incluido como un componente más en la prestación de servicios que abarcan el suministro y recaudo de información tanto para usuarios internos como externos, facilitando la gestión de la información y el cumplimiento misional de las diferentes dependencias.

## ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el mercado local existen varias empresas que se dedican al servicio impresos y publicaciones. Algunas de estas son:

BOOMER AGENCIA  
FUNDACIÓN ANGELES POR COLOMBIA  
KÚBICA

## **ASPECTOS TÉCNICOS**

La necesidad de suministrar información por parte del FOVIS, hace necesario destinar recursos para la elaboración de material impreso que se fabrican a través de las artes gráficas como son los impresos y publicaciones, esto se hace con documentos que no se encuentran disponibles en el mercado, por ello es indispensable contar con formatos pre impresos, diseñados y fabricados de acuerdo con las diferentes necesidades y especificaciones técnicas.

El FOVIS tiene requerimientos de todo tipo de materiales gráficos impresos y publicaciones, para esto es indispensable disponer de un proveedor que tenga tecnología y capacidad de suministrarlos con calidad, en grandes cantidades y oportunamente.

De acuerdo con la información de Confecámaras, hay alrededor de 7.430 establecimientos del sector censados en el país. Estos se encuentran concentrados en su mayoría en la ciudad de Bogotá.

El gran número de empresas en el país implica una alta competencia y marca una diferenciación de productos entre las empresas según su tamaño:

Las microempresas del sector, en su mayoría, son unipersonales o familiares y tienen un número muy reducido de trabajadores. La planta varía entre 5 y 10 personas y, según el tipo de producto demandado, los operarios son contratados a destajo. El dueño comúnmente es el gerente de la empresa y desempeña, además, labores productivas, comerciales y de atención a clientes. Funcionan en espacios pequeños con equipos muy básicos, sin mayores incorporaciones tecnológicas. Se concentran en productos con alto contenido de mano de obra.

El grupo de las empresas pequeñas y medianas se dedica a la impresión de volúmenes más altos y utilizan un mayor número de maquinaria y equipos. Hace énfasis en la impresión e incorpora en sus productos toda la cadena de valor, desde el pre media hasta los acabados. Ha incorporado nuevas tecnologías, especialmente la digital.

Las grandes empresas superan los 200 trabajadores e involucran a personal calificado y especializado. Por su estructura organizacional e infraestructura física se pueden encontrar empresas que tienen la capacidad de responder a la mayoría de actividades que integran la cadena de valor del sector. La tendencia es que se han especializado en actividades que implican altos volúmenes de impresión y cuentan con tecnologías de alta velocidad y capacidad de producción. Son generalmente exportadoras.

La Industria Gráfica tiene la particularidad de no tener un contacto directo con el consumidor final, ya que sus clientes son principalmente los sectores industriales Farmacéutico, Cosmético, Alimentos, Bebidas, Grandes Superficies, Publicidad, Editorial y Gobierno. Los cuales proveen sus productos y servicios a los consumidores finales, por lo que la Industria debe estar al tanto de los cambios que perciben los sectores industriales de sus clientes.

Sin importar lo transversal y diversa de la Industria Gráfica los clientes y consumidores finales siempre exigen cumplimiento, eficiencia y calidad, por lo que la diferenciación en el mercado se da a través del valor agregado que se pueda ofrecer y eso es posible con la tecnificación del proceso productivo que genere un producto de alta calidad acompañado de innovación.

## **ASPECTOS LEGAL**

El marco legal del proceso de selección y del contrato que se derive de su adjudicación, está conformado por la Constitución Política, las Leyes de la República de Colombia y en especial por la Ley 80 de 1993, Ley 361 de 1997, Ley 1150 de 2007, Ley 1474 de 2011, Decreto Ley 019 de 2012, , Decreto 1082 de 2015, normas orgánicas del presupuesto, las disposiciones cambiarias, Estatuto Tributario y las demás normas concordantes con la materia objeto del contrato, que rijan o lleguen a regir los aspectos del presente proceso de selección. Las normas y especificación técnica actualmente vigentes que resulten pertinentes de acuerdo con la Ley colombiana, se presumen conocidas por todos los proponentes.

## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La entidad en el pasado ha podido suplir la necesidad del bien o servicio requerido en el presente estudio sin contratiempo alguno, considerando que en el mercado local y nacional existe pluralidad de personas naturales o jurídicas en capacidad de suplir los bienes o servicios

demandados. Es así como han participado y presentado oferta los proveedores interesados a quienes se les ha adjudicado el contrato, sin que existan antecedentes de incumplimiento por parte de los mismos.

Es así como los bienes y servicios demandados por la entidad y plasmados en los presentes estudios para suplir la necesidad de la unidad han sido contratados en vigencias anteriores sin que se presente contratamiento o limitante alguna en su entrega por parte del contratista, al igual que han sido recibidos y cancelado previo el cumplimiento de los requisitos legales que demanda la unidad y la legislación colombiana

### 3. CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MÁS FAVORABLE.

El Artículo 2.2.1.2.1.5.2 del Decreto 1082 de 2015, determina que la Entidad estatal debe revisar las ofertas económicas y verificar que la de menor precio cumple con las condiciones de la invitación.

Si esta no cumple con las condiciones de la invitación, la entidad estatal debe verificar el cumplimiento de los requisitos de la invitación de la oferta con el segundo mejor precio, y así sucesivamente.

Para tal efecto, la entidad realizara un análisis de precios tal y como indica el procedimiento de mínima cuantía, la entidad hará absoluta observancia del procedimiento para analizar ofertas con precio artificialmente bajo.

### 4. GARANTÍAS QUE LA ENTIDAD ESTATAL CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN.

Garantía	Porcentaje (%)	Plazo
Cumplimiento	20%	Plazo del contrato y cuatro (4) meses más
Calidad de los Bienes suministrados	20%	Plazo del contrato y cuatro (4) meses más

### 5. ANÁLISIS DE RIESGOS

	CATEGORIA	VALORACIÓN
PROBABILIDAD	Raro (puede ocurrir excepcionalmente)	1

Improbable (puede ocurrir ocasionalmente)	2
Posible (puede ocurrir en cualquier momento futuro)	3
Probable (probablemente va a ocurrir)	4
Casi cierto (ocurre en la mayoría de circunstancias)	5

IMPACTO PREVIO AL TRATAMIENTO												
No.	Clase	Fuente	Etapas	Tipo	Descripción (Que puede pasar y cómo puede Ocurrir)	Cómo puede Ocurrir/ Consecuencia de la Ocurriencia del evento	Probabilidad	Impacto	Calificación Total	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/ Controles a ser implementados
1	General	Externo	Ejecución	Económico	Fluctuación de los precios del mercado.	Afecta el equilibrio económico del contrato	Posible	Mayor	7	Riesgo Alto	Contratista	Dar aplicación a la oferta presentada, la cual debe ser de 30 días.
2	General	Externo	Ejecución	Operacional	Disponibilidad de insumos y equipos necesarios para llevar a cabo el objeto del contrato	Afecta y retrasa la ejecución del objeto contratado.	Posible	Menor	2	Riesgo medio	Contratista	Elaborar nuevamente acta de entrega revisando los bienes suministrados.
3	General	Externo	Ejecución	Regulatorio	Incremento de precios por disposición de las normas que regulan la materia Los cambios normativos o de legislación de transporte	Disminuye el margen de utilidad del proveedor	Probable	Menor	2	Riesgo bajo	Transcribe	Verificación de la regulación que emita la respectiva autoridad.
4	General	Externo	Ejecución	De la naturaleza	Hechos causados por voluntad ajena a la del hombre (Fuerza mayor o caso fortuito)	Demora en el cumplimiento del objeto del contrato	Posible	Menor	2	Riesgo medio	Contratista	Ejecución de plan de contingencias para estos eventos y reprogramar los suministros
5	General	Externo	Ejecución	Social o político	Cambios políticos	Paraliza la entrega de los bienes	Posible	Menor	5	Riesgo medio		Poner de conocimiento a la nueva administración sobre la ejecución del contrato

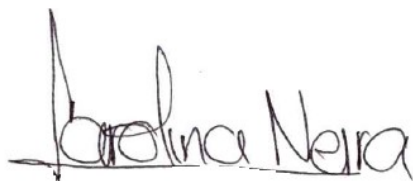
## 6. COBERTURA DE ACUERDO COMERCIAL

De acuerdo con el Decreto 399 de 2021 al presente proceso no le es aplicable la cobertura de acuerdo comercial.

## 7. ANEXOS

- Certificado de disponibilidad presupuestal
- Cotizaciones

  
**JULIO CÉSAR OSPINA LÓPEZ**  
 Gerente FOVIS



Coordinadora jurídica  
FOVIS