Fecha:	FEBRERO DE 2023
De:	OFICINA DE ASESORIA JURIDICA
Para:	GERENCIA

De conformidad con lo previsto en la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Decreto N° 1082 de 2015 en el artículo 2.2.1.1.2.1.1, y demás normas reglamentarias, toda obligación contractual en la que haga parte una entidad estatal debe estar precedida de un estudio donde se materialice la necesidad, conveniencia y oportunidad de la contratación y las apropiaciones presupuestales correspondientes y conforme con el Manual de Contratación adoptado por la entidad mediante Resolución No. 223 del 30 de diciembre de 2022, es responsabilidad del director de cada dependencia la elaboración de estudios previos y la dirección e impulso de los procesos contractuales que se generan en su área; en virtud de lo cual la Dirección técnica ( ) Oficina Administrativa y Financiera ( ) Oficina de Asesoría Jurídica, elaboró el presente estudio.

1. LA DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE LA ENTIDAD ESTATAL PRETENDE SATISFACER CON EL PROCESO DE CONTRATACIÓN, SU JUSTIFICACION E INCLUSION EN PAA

La entidad viene ejecutando las obras **CONSTRUCCIÓN Y MEJORAMIENTO DEL INTERCAMBIADOR VIAL EN LA AVENIDA 30 DE AGOSTO, QUE SIRVA DE ACCESO AL AEROPUERTO INTERNACIONAL MATECAÑA,** las que han generado un alto impacto en materia de movilidad y respecto de las cuales se manifiesta cierta preocupación ciudadana en cuanto al plazo de su ejecución; Ello por cuanto el contrato de obra ha tenido que prorrogarse en dos ocasiones diferentes dadas circunstancias técnicas que han incidido en los rendimientos.

La importancia de la obra para la ciudad, merece transmitir a la ciudadanía un mensaje claro de tranquilidad y certeza que su ejecución se dará en un 100% en el primer semestre del año, así como contenido sobre cierres, desvíos, fecha de entrega, inversiones etc. produciendo a la vez apropiación ciudadana sobre este nuevo espacio público.

Descripción de la solución a la necesidad	Dado el impacto de las obras que se ejecutan se requiere la difusión de información relevante sobre su terminación, fecha de entrega, desvíos, etc. por lo que la mejor manera de satisfacer la necesidad de la entidad es la suscripción de un contrato de arrendamiento de estructura publicitaria que se encuentre ubicada en zona de influencia del proyecto.
Justificación del Contrato y del plazo	La publicidad es una herramienta fundamental para la transmisión de mensajes a la ciudadanía, lo que resulta necesario para clarificar los tiempos de entrega de las obras e impacto en términos de movilidad en la ciudad.
PAA	El objeto que se pretende contratar se encuentra contenido en el plan anual de adquisiciones para la correspondiente vigencia, en los códigos que se indica más adelante.

2. EL OBJETO A CONTRATAR, CON SUS ESPECIFICACIONES, LAS AUTORIZACIONES, PERMISOS Y LICENCIAS REQUERIDOS PARA SU EJECUCIÓN, Y CUANDO EL CONTRATO INCLUYE DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN, LOS DOCUMENTOS TÉCNICOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

Objeto	**ARRENDAMIENTO DE ESTRUCTURA PUBLICITARIA PARA LA INSTALACION DE LONA CON INFORMACION RELEVANTE SOBRE OBRAS QUE ADELANTA LA ENTIDAD.**
Alcance	1. Disponer de Valla ubicada contiguo al batallón San Mateo Sentido: Av. 30 de agosto – Gobernación, de las siguientes características: Área Visible:12X4 MTS. Buena Iluminación.

	2. Destinar los recursos humanos, técnicos y financieros que se requieran para el cumplimiento del presente contrato; tales como: mano de obra calificada para trabajo en alturas que cuentan con los elementos de protección y están debidamente uniformados e identificados, además de todos los gastos administrativos, en los que incurra el manejo del contrato, 3. Realizar visitas periódicas, para constatar que los elementos contratados tienen buen funcionamiento, visibilidad y enviar reporte fotográfico mes a mes para evidenciar este funcionamiento a la entidad.

	Diseños Completos
	Planos
	Estudios topográficos
	Estudios de consultoría a nivel de detalle
	Licencias ambientales y/o de construcción
	Autorizaciones requeridas por Autoridad Competente
	Ficha técnica de bien requerido
X	**UNSPSC**
	Otros. Cuáles?:

Análisis del Sector Económico y de los Oferentes por Parte de las Entidades Estatales
(Art. 25, Numeral 12 Ley 80/93 Principio de Economía. Modificado por Art. 87 Ley 1474/2011)
La Entidad Estatal debe hacer durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el **sector** relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de riesgo.

En cumplimiento de lo previsto en el en el artículo 2.2.1.1.1.6.1del Decreto 1082 de 2015 que dispone que las entidades estatales en la etapa de planeación deben realizar un análisis para conocer el sector relativo al objeto que se pretende contratar.

Las vallas publicitarias forman parte del portafolio que tienen las empresas para dar a conocer aspectos puntuales de sus productos y servicios, son conocidas también como OOH (Out Of Home) y tienen como propósito alcanzar el tráfico vehicular. En ese sentido, existen diferentes formas de publicidad fija, las vallas estáticas son una estructura de publicidad exterior que se sitúa normalmente en núcleos urbanos.

En Colombia se encuentran 8 empresas afiliadas a Asomedios (La Asociación Nacional de Medios de Comunicación) que son Efectimedios, Jac, López publicidad exterior, Marketmedios, Metalvisual, OP, Ultradifusión y Urbana, las cuales generan reportes de forma trimestral sobre la inversión que se realiza en los diferentes canales publicitarios (TV Nacional, Radio, OOH, Revistas, entre otros). Estos informes muestran que las vallas son el tercer medio más utilizado por las organizaciones.

ASPECTO ECONÓMICO

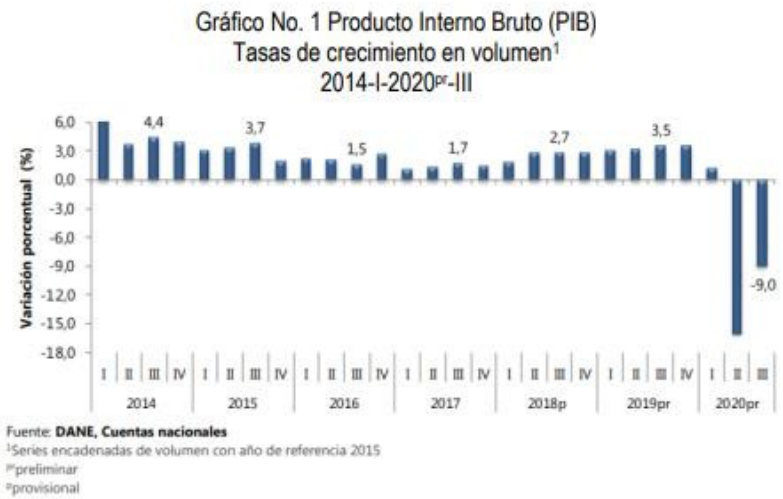
Según lo publicado por la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias, la publicidad y en general, la comunicación publicitaria, es esencial en el desarrollo económico y social de un país porque: (i) Es instrumento para el crecimiento del sector productivo, la competitividad y la innovación. (ii) Permite el ejercicio de la libertad del consumidor para seleccionar de manera informada sus bienes y servicios de preferencia. (iii) Genera recursos para hacer sostenibles actividades y servicios de gran impacto en una sociedad como los medios de comunicación y las actividades culturales. (iv) Incide en la formación de valores, conservación de costumbres y difusión de iniciativas sociales. (v) Es fuente de talento innovador y creativo para un país. (vi) Aporta al PIB de manera significativa.

El diario El Espectador1 en una publicación de agosto de 2020 indicó que un estudio dado a conocer por Kantar Ibope Media informa que los colombianos, al principio del aislamiento, querían estar informados. Hoy en día prefieren el entretenimiento y por eso acuden a la televisión internacional, según la encuesta;

El 66% de los encuestados dijo que vio más videos en línea (gratis)
El 75.8% utilizó plataformas de videollamadas
El 71.1% vio más videos y TV en línea (pagos)
El 46.2% aumentó el consumo de televisión por cable
El 39.2% aumentó el consumo de televisión abierta.

En atención a lo anterior y teniendo en cuenta que la actividad que satisface la necesidad pertenece a las actividades profesionales, científicas y técnicas, a continuación, se presenta su participación en la economía nacional tomando como fuente de información el Boletín Técnico Producto Interno Bruto (PIB) III trimestre 2020pr publicado por el DANE el 17 de noviembre de 2020.

Gráfico No. 1 Producto Interno Bruto (PIB) Tasas de crecimiento en volumen1 2014-I-2020pr-III



Fuente: **DANE, Cuentas nacionales**
[1]Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015
[pr]preliminar
[p]provisional

En el tercer trimestre de 2020pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, decrece 9,0% respecto al mismo periodo de 2019. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 20,1% (contribuye -3,9 puntos porcentuales a la variación anual).
- Construcción decrece 26,2% (contribuye -1,8 puntos porcentuales a la variación anual).
- Explotación de minas y canteras decrece 19,1% (contribuye -1,2 puntos porcentuales a la variación anual). Durante el año corrido de 2020, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un decrecimiento 8,1%. Esta variación se explica principalmente por:
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida decrece 17,8% (contribuye -3,5 puntos porcentuales a la variación anual). ü Construcción decrece 23,4% (contribuye -1,6 puntos porcentuales a la variación anual). ü Industrias manufactureras decrece 11,1% (contribuye -1,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto en su serie corregida de efecto estacional y calendario crece 8,7%. Esta variación se explica principalmente por la siguiente dinámica:

- Industrias manufactureras crece 23,4%.
- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 22,3%.

- Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores crece 12,3%.

En el tercer trimestre de 2020pr, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 6,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2019pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos:

- Actividades profesionales, científicas y técnicas decrece 5,5%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo decrece 6,6%. Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie corregida de efecto estacional y calendario, el valor agregado de las actividades profesionales, científicas y técnicas; y actividades de servicios administrativos y de apoyo crece en 5,9%, explicado por:
- Actividades profesionales, científicas y técnicas crece 3,6%.
- Actividades de servicios administrativos y de apoyo crece 7,5%.

Para analizar el sector de la publicidad en el crecimiento económico de un país se debe tener en cuenta lo expuesto por la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia - ANDA en donde el análisis de los datos estadísticos de los principales países industrializados se desprende que la inversión en publicidad tiene un efecto positivo sobre el crecimiento económico por medio de cuatro mecanismos: la publicidad estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, a su vez, el dinamismo inherente en el sector de la publicidad impulsa el índice del crecimiento promedio del PIB.

Una empresa, mientras más disemine información sobre sus productos, tendrá más esperanza de venderlos. Mediante la implementación de niveles mayores o menores de publicidad, la empresa logra una expectativa, mayor o menor, de su perspectiva de ventas en el futuro. En consecuencia, mientras que los contadores siempre las clasifican como gastos, las sumas dedicadas a la publicidad pueden ser consideradas una inversión, específica e intangible. Porque en verdad, los gastos en publicidad permiten a una empresa adquirir un bien que, de otra manera, sería muy difícil de obtener: “capital simbólico”, un valor intangible basado en su reputación y la imagen que haya adquirido.

Es precisamente porque la publicidad es una inversión inherentemente productiva, que es posible estudiar la forma como impacta sobre el crecimiento económico. Y son cuatro sus “palancas” como los factores que estimulan dicho crecimiento: 1. Consumo 2. Innovación 3. Competencia 4. El financiamiento de sectores económicos dinámicos asociados con la publicidad: actividades de publicidad en el sentido estricto de la palabra, pero también medios de apoyo y proveedores de servicios de medios tradicionales y no tradicionales, etc.

GREMIOS Y ASOCIACIONES QUE PARTICIPAN EN EL SECTOR

La Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP) es la Asociación Gremial Nacional del Sector Publicitario en Colombia, afilia a personas jurídicas que realizan actividades propias del sector de las comunicaciones, siempre que participen en la estrategia del cliente. Sus afiliados son empresas de servicios publicitarios como Agencias Creativas, de Medios, BTL6 Digitales, que participen en la estrategia de los clientes, entre ellos están: s Big Fish Living Ideas s Beat Agencias BTL s Geometry s Grey Colombia s Leo Burnett Open Hub s McCann World Group s MullenLowe SSP3 s Publicitaria S.A. s Sancho BBDO s UM Colombia s Wavemaker media, content, technology.

ASPECTO TÉCNICO

Las condiciones técnicas que suplen la necesidad expuesta en el alcance en el que se detalla la ubicación como factor primordial dado que se trata de anunciar una obra en ejecución, por lo que debe realizarse en zona de influencia de la misma, donde se encuentra ya la estructura publicitaria dispuesta; así como también se señala las especificaciones de la lona.

MARCO REGULATORIO

Son varios los organismos, entidades y autoridades nacionales que interrelacionan con el sector, entre ellos se pueden destacar:

Superintendencia de Industria y Comercio (Colombia) www.sic.gov.co
Centro Colombiano del Derecho de Autor – Cecolda www.cecolda.org.co
Dirección Nacional del Derecho de Autor – DNDA www.derechodeautor.gov.co
Ministerio de Cultura de Colombia www.mincultura.gov.co
Cluster de Industrias Creativas y Contenidos - Cámara de Comercio de Bogotá www.ccb.org.co
Ministerio de TICs, Colombia www.mintic.gov.co
Procolombia www.procolombia.co

Algunas de las normas aplicables que rigen al sector de publicidad son:

- Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria: Expedido por la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP), el Código es una regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio.

- Decreto 975 de 2014. Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores. ü Decreto 1369 de 2014. Por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos.

- La Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, es la norma encargada de proteger al consumidor tanto en entornos de publicidad tradicional como en entornos digitales.

- Ley 1474 de 2011, Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. Art. 10- Presupuesto de publicidad.

- Ley 1341 de 2009, define principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–.

ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

De acuerdo con la base del Sistema Integrado de Información Societaria de la Superintendencia de Sociedades existen cerca de 150 entidades dedicadas a la Publicidad, Sin embargo, dada que la necesidad de la entidad se circunscribe a disponer de una valla publicitaria en un sector específico que constituye el área de influencia de las obras, se tiene que sólo pudo ubicarse el siguiente punto:



De otro lado, se deja constancia que la entidad no ha realizado contrataciones recientes con objeto similiar a de esta contratación.

UNSPSC

(Codificar bienes y servicios utilizando el Sistema de Codificación Estándar de Productos y Servicios de Naciones Unidas)

GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
F	82	10	15	01
SERVICIOS	Servicios Editoriales, de diseño, artes gráficas y bellas artes.	Publicidad	Publicidad impresa	Publicidad en vallas

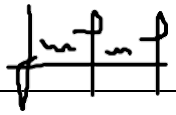
Lugar de ejecución y/o entrega	AEROPUERTO INTERNACIONAL MATECAÑA
Plazo	CUATRO (4) MESES
Forma de pago	El contrato que se suscriba será cancelado así: [ ] Fiducia o patrimonio autónomo irreversible [ ] Anticipo en cuenta bancaria separada, no conjunta, a nombre del contrato suscrito [ ] Pago único contra entrega [X] Pagos parciales según ejecución [ ] Pago anticipado del____y saldo mediante pago único o pagos parciales Todo pago que autorice la Interventoría y/o Supervisión designada por el Aeropuerto, debe darse previo cumplimiento de las obligaciones derivadas del objeto del contrato, de la copia de los recibos de pago al Sistema General de Seguridad Social Integral y Parafiscales y su aceptación a entera satisfacción por parte de la Interventoría y/o Supervisión.

[ ] **Criterios para Determinar Requisitos Habilitante**	[X] **Criterios para Determinar la Idoneidad del Contratista**

Formación y Experiencia	Se solicitará acreditar la condición de propiedad de la estructura y autorización para la actividad de publicidad exterior
Capacidad Jurídica	Se verificará el ejercicio pleno de derechos y no inhabilidades
Capacidad Financiera	
Capacidad de Organización	

Identificación del Contrato a Celebrar			
x	Arrendamiento		Obra
	Comodato		Prestación de servicios
	Compraventa		Seguro
	Consultoría		Suministro
	Interadministrativo		Transporte
	Intermediación de seguros		Otros
Especificar Otro	--		
Observaciones	--		

Responsable Técnico	**Nombre**		**Firma**
	Cargo		

Área Responsable de los Documentos Previos	**Nombre**	**MARTHA LILIANA MONSALVE MORALES**	**Firma** 
	Cargo	JEFE OFICINA DE ASESORIA JURIDICA	

3. LA MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACIÓN, INCLUYENDO LOS FUNDAMENTOS JURIDICOS

(Disposiciones Especiales, Título I Modalidades de Selección, Capítulo I y Siguientes Dto. 1510/2013)

	LICITACIÓN PÚBLICA		SELECCIÓN ABREVIADA		CONCURSO MÉRITOS	X	CONTRATACION DIRECTA		MINIMA CUANTIA Manual Colombia Compra Eficiente
	Mayor a 280 SMMLV		Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes y de Común Utilización		Concurso Abierto		Urgencia Manifiesta		10% de la menor cuantía
	Licitación Ordinaria		Subasta Inversa		Precalificación		Contratación de Empréstitos		Bienes
	Subasta Inversa		Electrónica				Convenios o Contratos Interadministrativos		Servicios
	Electrónica		Presencial				Actividades Científicas y Tecnológicas		Obras
	Presencial						Inexistencia de Pluralidad de Oferentes (Art. 80 Dto. 1510/2013)		Consultoría
			Compra por Catalogo Derivado de la Celebración de Acuerdo Marco de Precios				Prestación servicios Profesionales		Adquisiciones en Grandes Superficies
			Bolsas de Productos				Profesional Tecnólogo Técnico Prof.		___
			Menor Cuantía (entre 28 y 280 SMMLV)				Apoyo a la gestión		___
			Prestación de Servicios de Salud				Asistenciales Operativos Logísticos		___
			Declaratoria de Desierta en una Licitación				Trabajos Artísticos		___
							Adquisición de Bienes Inmuebles		___
						X	Arrendamiento de Bienes Inmuebles		

3. LA MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACIÓN, INCLUYENDO LOS FUNDAMENTOS JURIDICOS (Disposiciones Especiales, Título I Modalidades de Selección, Capítulo I y Siguientes Dto. 1510/2013)				
	☐ Origen o Destinación Agropecuaria ☐ Protección de Derechos Humanos ☐ Bienes y Servicios Defensa y Seguridad Nacional			
Justificación	De acuerdo con el literal (i) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, la modalidad de selección de contratación directa procede para la celebración de contratos de arrendamiento o adquisición de inmuebles			

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

En cumplimiento de lo previsto en el artículo 2.2.1.2.1.4.11 del Decreto 1082 de 2015, según el cual: "(...) Arrendamiento de bienes inmuebles. Las entidades estatales pueden alquilar o arrendar inmuebles mediante contratación directa para lo cual deben seguir las siguientes reglas:

i. Verificar las condiciones del mercado inmobiliario en la ciudad en la que la entidad estatal requiere el inmueble.
ii. Analizar y comparar las condiciones de los bienes inmuebles que satisfacen las necesidades identificadas y las opciones de arrendamiento, análisis que deberá tener en cuenta los principios y objetivos del sistema de compra y contratación pública. (...)"

La entidad consultó el mercado encontrando que la cotización presentada por PARE PUBLICIDAD propietaria de la estructura se ajusta a dichas condiciones, por lo que el valor corresponde a la suma de DIECISEIS MILLONES SETECIENTOS OCHENTA Y CUATRO MIL NOVECIENTOS CINCUENTA PESOS ($16.784.950), así:

Concepto	Cant	Valor unit	IVA	TOTAL
Canon	4	$3.250.000	$617.500	$15.470.000
Lona	1	$1.105.000	$209.950	$1.314.950
TOTAL				$16.784.950

La entidad pagará el ciento por ciento del valor por mensualidades vencidas, previa presentación del acta donde conste el servicio prestado a satisfacción de la entidad, expedida por el Supervisor del contrato, acompañada de la factura correspondiente de los costos generados durante el mes.

El contratista deberá acreditar para cada pago, el cumplimiento de sus obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral, mediante la presentación del recibo de pago respectivo, correspondiente a la mensualidad anterior en cumplimiento de la normatividad vigente sobre el particular.

4. EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y LA JUSTIFICACIÓN DEL MISMO							
Precios Unitarios Incluir forma en que se calcularon y soportar sus cálculos de presupuesto en la estimación de aquellos.							
SI		**NA**					
NO (Justifique)	x						
Presupuesto Oficial	**Valor en letras**	DIECISEIS MILLONES SETECIENTOS OCHENTA Y CUATRO MIL NOVECIENTOS CINCUENTA PESOS					
	Valor en números	$16.784.950					
Rubro Presupuestal	**Código**	2.3.2.02.02.009.01					
	Nombre	Administración servicios y honorarios – ingresos corrientes					
Programación de Pagos Según SIIF	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
			$5.182.450	3.867.500	3.867.500	3.867.500	
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	

5. LOS CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MAS FAVORABLE Indicarlos según Dto. 1510/2013 y modalidad a utilizar									
	LICITACIÓN PÚBLICA		**SELECCIÓN ABREVIADA**		**CONCURSO MÉRITOS**	**X**	**CONTRATACION DIRECTA**		**MINIMA CUANTIA** **Manual Colombia Compra Eficiente**
							IDONEIDAD		
Justificación	La satisfacción de la necesidad de la entidad se encuentra vinculada a disponer de un espacio en área de influencia determinada, por lo que el contratista sólo podrá corresponder a quien dispone del inmueble y cuenta con la autorización legal para ejercer la actividad.								

6. EL ANÁLISIS DE RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO (CONPES 3714 y Manual de Riesgos de Colombia Compra Eficiente)
SE ANEXA MATRIZ DE RIESGOS

7. LAS GARANTÍAS QUE LA ENTIDAD ESTATAL CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN (Título III Garantías, Capítulo I Generalidades)	
Mecanismos de Cobertura a Exigir	☐ **Seriedad de ofrecimiento de propuesta** ☐ **Cumplimiento de las obligaciones que para el Contratista surjan del contrato y de su liquidación** ☐ **Responsabilidad Civil Extracontractual** ☐ **Otros riesgos a que se encuentre expuesto el Aeropuerto según el contrato** **Cuales:** --

Suficiencia de las Garantías		
GARANTÍA	**COBERTURA**	**VIGENCIA**
CONTRATO DE SEGURO:		
☐ Seriedad de la oferta	10% del valor del presupuesto oficial	Desde el momento de la presentación de la oferta hasta la fecha de aprobación de la garantía que amparan los riesgos propios de la etapa contractual.
☐ Buen manejo y correcta inversión del anticipo	100% del valor del anticipo	Igual al plazo del contrato y 4 meses más; en todo caso se extenderá hasta la fecha de liquidación del contrato.
	100 % del valor del pago anticipado	Igual al plazo del contrato y 4 meses más; en

Suficiencia de las Garantías		
GARANTÍA	**COBERTURA**	**VIGENCIA**
CONTRATO DE SEGURO:		
☐ Devolución del pago anticipado		todo caso se extenderá hasta la fecha de liquidación del contrato
☐ Cumplimiento del contrato	10% del valor del contrato	Mínimo se extenderá hasta la fecha de liquidación del contrato.
☐ Pago de salarios, prestaciones sociales legales e indemnizaciones laborales	5% del valor del contrato	Igual al plazo del contrato y 3 años más
☐ Estabilidad y calidad de la obra	Se determina en cada caso	5 años a partir de la fecha de recibo a entera satisfacción de la obra por parte de la entidad.
☐ Calidad del servicio	Se determina en cada caso	Igual al plazo del contrato y Seis (6) meses más; en todo caso se extenderá hasta la fecha de liquidación del contrato.
☐ Calidad y correcto funcionamiento de los bienes	Se determina en cada caso	Por lo menos el lapso en que de acuerdo con la legislación civil o comercial, el contratista debe responder por la garantía mínima presunta y por vicios ocultos.
☐ Responsabilidad Civil Extracontractual	No inferiores a 200 SMMLV	Por todo el período de ejecución del contrato.
☐ Garantía en tecnología satelital		
☐ Patrimonio autónomo		
☐ Garantía bancaria		

Consideraciones Adicionales	**1) Atendiendo la naturaleza del objeto del contrato y a la forma de pago, ¿se exige la constitución de las garantías relacionadas anteriormente?**	☐ **SI** ☒ **NO**
	2) En los casos de contratación directa y teniendo en cuenta la naturaleza y la cuantía del contrato, ¿considera conveniente solicitar el otorgamiento de garantías? **¿Cuáles?**	☐ **SI** ☒ **NO**
	3) ---	
Justificación de Exigir o No la Garantía **(Art. 77 Dto. 1510/2013)**	Teniendo en cuenta que no hay riesgos asegurables en la presente contratación no se exigirán garantías, con fundamento en el art- Artículo 2.2.1.2.1.4.5. del Decreto 1082 de 2015, que no las exige para contratación directa.	

8. LA INDICACIÓN DE SI EL PROCESO DE CONTRATACIÓN ESTÁ COBIJADO POR UN ACUERDO COMERCIAL

La Entidad Estatal debe determinar si un Acuerdo Comercial es aplicable siguiendo las siguientes reglas en orden consecutivo:

Señale:	**Regla 1:** Si la Entidad Estatal **no** hace parte de las Entidades Estatales incluidas en el Acuerdo Comercial, el Proceso de Contratación **no** está cubierto por este y en consecuencia, **no** es necesario hacer análisis adicional alguno.	☐ **SI** ☒ **NO**
	Regla 2: Si la Entidad Estatal está incluida en el Acuerdo Comercial y el presupuesto oficial del Proceso de Contratación es **inferior** al valor a partir del cual el Acuerdo Comercial es aplicable, el Proceso de Contratación **no** está cubierto y en consecuencia, **no** es necesario hacer análisis adicional alguno.	☐ **SI** ☒ **NO**
	Regla 3: Si la Entidad Estatal está incluida en el Acuerdo Comercial y el presupuesto oficial del Proceso de Contratación es superior al valor a partir del cual el Acuerdo Comercial es aplicable, la Entidad Estatal debe determinar si hay excepciones aplicables al Proceso de Contratación. Si no hay excepciones, el Acuerdo Comercial **ES APLICABLE** al Proceso de Contratación.	☐ **SI** ☐ **NO**
NOTA: Para resolver las anteriores preguntas se requiere consultar el SECOP, la página web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Manual para el Manejo de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación expedido por Colombia Compra Eficiente, que contienen la información actualizada relativa a tratados vigentes en materia de contratación pública.		

9. ENAJENACIÓN DE BIENES DEL ESTADO	
Avalúo comercial	
Precio mínimo de venta	

Revisión Jurídica	**Nombre**	**MARTHA LILIANA MONSALVE MORALES**	**Firma**
	Cargo	Jefe Oficina de Asesoría Jurídica	

10. PLAN ANUAL DE ADQUISICIONES
El Responsable del Plan Anual de Adquisiciones certifica que el bien o servicio requerido mediante el presente Estudio Previo, se encuentra incluido en el Plan Anual de Adquisiciones del Aeropuerto.

Responsable del Registro en el Plan Anual de Adquisiciones	**Nombre**	**JUAN GABRIEL LONDOÑO VALDES**	**Firma**
	Cargo	TECNICO ADMINISTRATIVO	

11. SUPERVISIÓN E INTERVENTORÍA CONTRACTUAL (Parágrafo 1 Art. 83 de la Ley 1474 de 2011)			
Interventoría Externa	☐	**Supervisión Interna**	☐

12. PROYECTO DE INVERSIÓN **(Solo para rubros de inversión)**			
Certificado de Conveniencia y Registro	**Nº**	5	
	Fecha	10/01/2023	
	Código BPIM	2020660010032	
Descripción	**Objeto**	Fortalecer los procesos técnicos, logísticos y administrativos del Aeropuerto Internacional Matecaña de Pereira (Obras civiles, planificación y desarrollo aeroportuario, gestión ambiental, contratación, planeación y gestión de proyectos, gestión de calidad, publicidad y fortalecimiento de la imagen de la institución, servicios de transporte con conductor, servicios de suministro de comidas	
	Proyecto	Consolidación y mejoramiento de la prestación del servicio aeroportuario en el Municipio de Pereira	

	Componente	Ingeniería y administración
	Actividad	Fortalecer los procesos técnicos, logísticos y administrativos de la Entidad

Responsable Banco de Proyectos de Inversión	**Nombre**	**ALVARO A. CASANOVA ORTEGA**	**Firma**
	Cargo	PROFESIONAL ESPECIALIZADO	

Área Responsable del Estudio	**Nombre**	**MARTHA LILIANA MONSALVE MORALES**	**Firma**
	Cargo	JEFE OFICINA DE ASESORIA JURIDICA	

Visto bueno de Gerencia	**Nombre**	**FRANCISCO VALENCIA LOPEZ**	**Firma**
	Cargo	Gerente	