GOBIERNO DE CALDAS	MIC 1- ESTUDIO PREVIO - MÍNIMA CUANTÍA	**Código:** FO-CA-063
		Versión: 1.0
		Fecha Modificación: 22/12/2022

1. DATOS GENERALES DE LA CONTRATACIÓN		
Plan Anual de Adquisiciones	**Fecha de Certificado**	**12/09/2024**
	Consecutivo de Certificado	**1674**
Tipo de Presupuesto Asignado	**Inversión**	
Código BPID	**2024-17000-0109**	
Código BPIN	**2024-00317-0070**	
Proyecto	**Administración eficiente de la gestión de los recursos e ingresos del departamento de Caldas.**	
2. DATOS DE LA CONTRATACIÓN		
Fecha de elaboración del estudio previo:	**26 de septiembre de 2024**	
Nombre del enlace que diligencia el estudio previo	**Victoria Eugenia Bermúdez Muñoz- Profesional Especializada Secretaría de Hacienda**	
Dependencia solicitante:	**Secretaría de Hacienda**	
Tipo de Contrato:	**Prestación de servicios**	**Otro:**

Conforme lo establecido en los numerales 7 y 12 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993, en armonía con los apartados pertinentes de la Ley 1150 de 2007, y en aplicación del artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015 "Por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector administrativo de planeación nacional", se procede a suscribir el estudio previo necesario para la celebración de un contrato de prestación de servicios a través de la modalidad de MINIMA CUANTIA.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE LA ENTIDAD ESTATAL PRETENDE SATISFACER CON LA CONTRATACIÓN.

La Gobernación de Caldas, desde la Secretaría de Hacienda – Jefatura de Gestión de Ingresos en cumplimiento a su objeto misional, y sujeto a lo establecido en el artículo 59 de la Ley 788 de 2002 que establece: "Procedimiento tributario territorial. Los departamentos y municipios aplicarán los procedimientos establecidos en el Estatuto Tributario Nacional, para la administración, determinación, discusión, cobro, devoluciones, régimen sancionatorio incluido su imposición, a los impuestos por ellos administrados. Así mismo aplicarán el procedimiento administrativo de cobro a las multas, derechos y demás recursos territoriales. El monto de las sanciones y el término de la aplicación de los procedimientos anteriores, podrán disminuirse y simplificarse acorde con la naturaleza de sus tributos, y teniendo en cuenta la proporcionalidad de estas respecto del monto de los impuestos".

La Ordenanza No. 808 de 2017 contempla dentro de la nueva estructura orgánica del departamento de Caldas a la Secretaría de Hacienda, definiendo como misión de la misma desarrollar la política fiscal del Gobierno Departamental a través de la eficiente administración de los ingresos, la identificación de nuevas fuentes de recursos y la aplicación racional de fondos, para asegurar la financiación de los programas y proyectos de inversión pública contenidos en el Plan Departamental y los gastos autorizados para el normal funcionamiento de la administración y el cumplimiento de la deuda pública departamental y dentro de sus funciones se encuentra la de "Formular y desarrollar bajo la

orientación del Gobernador, las políticas tributarias y de control a la evasión y la elusión; de crédito público; presupuestal de ingresos y gastos; de tesorería y de aprovechamiento e inversión de los recursos captados, de conformidad con la Constitución Política, la Ley y las ordenanzas".

Acorde a lo anterior, la Secretaría de Hacienda del Departamento de Caldas para dar cumplimiento a su misión institucional y las metas del Plan de Desarrollo, debe, entre otras actividades, adelantar diversos procesos contractuales que le permitan la adquisición de todo tipo de servicios para satisfacer la respectiva necesidad, es así como tiene suscrito un convenio con la Industria Licorera de Caldas, Convenio 0177 del 2015 para garantizar la operación y el apoyo al Plan Anti contrabando en el departamento de caldas, y así realizar seguimiento al cumplimiento de los mismos en el marco de lo establecido en el respectivo convenio.

En el marco de la ley 1762 de 2015, denominada como "Ley anti contrabando" se impusieron nuevas obligaciones y compromisos institucionales de lucha contra este flagelo, entre los cuales y de mayor importancia se destaca la necesidad de apoyo en una estrategia de comunicaciones permanente, para el desarrollo de los operativos de campo en los diferentes municipios del Departamento de Caldas y en sitio al momento de la realización del procedimiento de la fiscalización en el establecimiento o ante el contribuyente, así como la realización in situ del procedimiento de notificación de sanción, cierre de establecimiento o procedimiento sancionatorio aplicable de manera directa al contribuyente al evidenciarse por parte de la unidad de rentas departamentales, infracciones de carácter rentístico, que puedan afectar las finanzas departamentales, dentro de los cuales aunque se garantiza el derecho a la legitima defensa y acciones procesales, se acortan los plazos del proceso jurídico, tributario y sancionatorio que podrá ser impuesto al contribuyente.

Por medio de estas líneas estratégicas, la Secretaría de Hacienda, establece unas metas de ejecución y recaudo, que para lograrse requieren proporcionar los insumos técnicos, físicos y humanos para la puesta en marcha del plan de comunicaciones de la Secretaría de Hacienda.

En el marco del programa de fortalecimiento de los ingresos departamentales, se hace necesario para la Secretaría de Hacienda, efectuar una campaña anti contrabando, con una firma especializada que posea los medios y la experiencia necesaria, que le permiten disponer de toda la capacidad logística, conocimiento, apoyo y seguimiento de acciones que se desarrollen para que se puedan mostrar y difundir todas estas actividades de la administración, mediante la campaña "*PLAN RE (Recoge, reúsa y revisa lo legal)*" a fin de visibilizar los planes, programas y las acciones que desarrolla la Secretaría de Hacienda para este flagelo en el Departamento de Caldas.

Lo anterior teniendo en cuenta la necesidad de lograr un alto impacto de la campaña anti contrabando en los diferentes municipios del Departamento, con unos requerimientos específicos que fueron concertados con la Industria Licorera de Caldas en diferentes reuniones que se adelantaron y en las cuales se analizaron las diferentes alternativas que se tenían para la misma, donde se concluyó revivir la campaña RE ya que fue exitosa en vigencias anteriores sosteniendo los mejores resultados. Esto, ya que como se indicó en desarrollo del convenio No.0177 de 2015 suscrito con la Industria Licorera de Caldas se determinó que uno de sus frentes de acción en la presente vigencia sería la búsqueda de una estrategia publicitaria que apoye e impacte de manera efectiva el Plan Anti contrabando en el departamento de Caldas.

Debido a que la Gobernación de Caldas no cuenta con la capacidad logística, tecnológica, el personal y los equipos especializados necesarios para dar cumplimiento al objeto del contrato, se deberá efectuar la contratación indicada con quien posea la experiencia, el

personal idóneo y el equipo de tecnología de punta, para el desarrollo, ejecución y realización de la estrategia de comunicación requerida para la campaña "RE (*Recoge, reúsa y revisa lo legal)*", adelantada por la Secretaría de Hacienda.

En este caso se requiere de un proveedor con amplia experiencia en servicios de campañas ATL, BTL y digital, eventos masivos y corporativos y activaciones de marca que nos apoye en la creación y planeación de la estrategia para la campaña de sensibilización departamental sobre contrabando de cigarrillos licores; cervezas y adulteración de licores en todos los municipios del Departamento de Caldas. A su vez optimizar el cumplimiento de los objetivos fijados en la estrategia de comunicación en materia de efectividad e impacto de las acciones de divulgación e información, aportando herramientas que aseguran su rendimiento, adecuada difusión en términos de selección de espacios, ubicación, cobertura, alcance, presupuesto invertido, audiencia, distribución y tiempos de exposición en la que circularán las piezas de acuerdo a su publicación, afianzando la legitimidad del gobierno, aproximando más la ciudadanía para que tenga un conocimiento más exacto de los planes, programas, políticas, campañas, logros, acciones y actividades, a la vez, que posibilita su acceso a los bienes y servicios que para su bienestar oferta la Administración fortaleciendo el relacionamiento más cercano y democrático entre los ciudadanos y el gobierno local.

Para todo lo antes mencionado, es de vital importancia contratar dicha campaña pues dentro del desarrollo del plan Anti Contrabando las comunicaciones y medios publicitarios dejan el mensaje de la importancia de la protección de la salud del consumidor de licores, vinos y aperitivos, cervezas y cigarrillos, de la importancia también de la contribución y pago oportuno del impuesto al consumo como lo establece la Ley 223 de 1995.

Es por lo anterior, que la Secretaría de Hacienda requiere adelantar el proceso de contratación para la Prestación de servicios de apoyo a la gestión para el desarrollo, ejecución y realización de la estrategia de comunicaciones requerida para la campaña de sensibilización de plan anti contrabando en todo el Departamento de Caldas.

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

2.1. OBJETO: PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTION PARA EL DESARROLLO, EJECUCIÓN Y REALIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES REQUERIDA PARA LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE PLAN ANTI CONTRABANDO EN EL DEPARTAMENTO DE CALDAS.

2.2. NIVEL DE CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS:

De acuerdo a la Codificación de Bienes y Servicios del Código Estándar de productos y servicios de Naciones Unidas, los servicios a suministrar se encuentran codificados, hasta el cuarto nivel de la siguiente manera:

CLASIFICACION UNSPSC

Clasificación UNSPSC	PRODUCTO
82100000	Publicidad
80141627	Servicio de gestión de publicidad cooperativa o compartida

82101603	Publicidad en internet
8200000	Servicios Editoriales, de Diseño, de Artes Gráficas y Bellas Artes
82101500	Publicidad impresa
82101501	Publicidad en vallas
82101505	Publicidad en volantes o cupones
82101504	Publicidad en periódicos

3. CONDICIONES TÉCNICAS EXIGIDAS

La Secretaría de Hacienda del Departamento de Caldas, da a conocer las especificaciones técnicas requeridas dentro del objeto que se pretende contratar así:

	ITEM	CANTIDAD	DIAS
1	Carpas blancas tipo pagoda de 3x3 en estructura metálica	2	8
2	Backing 6x2 ajustable impresión full color en lona	1	1
3	Caunter o recibidor madera de 1 mt x 80 cm x 50 cm	1	8
4	Caunter plástico importado cuadrado en poliestireno con tula para transportar con impresión en adhesivo medidas 80 cm x 82 cm x 38 cm, con cenefa. Brandeado con adhesivo laminado en todas sus caras y cenefa	1	1
5	Marco o arco de ingreso autosostenible, troquelado para uso en exterior.	1	1
6	Juegos tipo feria, de destreza, elaborado con materiales rígidos, madera, MDF, aluminio	5	1
7	Sonido (dos cabinas de mínimo 150 W, con soporte y micrófono inalámbrico)	1	8
8	Televisor led de 50 pulgadas con base	2	8
9	Personal de capacitación a los asistentes. Debe contar con conocimientos sobre la identificación de licor adulterado y de contrabando, conocimiento en estampillas y comercialización legal de productos como cigarrillos	1	8
10	Animador 10 horas para actividad	1	8
11	Personal de logística	6	8

12	Conceptualización de Campaña	1	1
13	Cuña radial de mínimo 15", con musicalización y mensaje de campaña	3	1
14	Página web informativa, con información de campaña, sitios donde se estará, videos de campaña y objetivos alcanzados. La información debe estar incluida en la página, sin enlaces fuera de ella	1	1
15	Pago de medios radiales (Mix, Olímpica, Radio Uno, La cariñosa, Tropica y Besame) con frecuencia mínima de 100 salidas (en cada una de las emisoras) durante el tiempo de ejecución del contrato.	1	1
16	Pago y estrategias de medios digitales (redes sociales con geolocalización en caldas y con un alcance de 18 K diarios por el tiempo de duración del contrato)	1	1
17	Impresos (10.000 volantes media carta. Full color 4x0)	1	1
18	Carro valla - doble cara - impresiones full color - En Manizales	1	4
19	Carro valla - doble cara - impresiones full color - En Chinchiná	1	1
20	Carro valla - doble cara - impresiones full color - En Riosucio	1	1
21	Carro valla - doble cara - impresiones full color - En Villamaría	1	1
22	Carro valla - doble cara - impresiones full color - En la Dorada	1	1
23	Piezas para redes sociales	50	1
24	Mesas tipo tablón	3	8
25	Montaje de la actividad institucional donde incluya transporte, organización de los elementos, técnica de elementos audiovisuales. Municipio: la Dorada	1	1
26	Montaje de la actividad institucional donde incluya transporte, organización de los elementos, técnica de elementos audiovisuales. Municipio: Riosucio	1	1
27	Montaje de la actividad institucional donde incluya transporte, organización de los elementos, técnica de elementos audiovisuales. Municipio: Chinchina	1	1
28	Montaje de la actividad institucional donde incluya transporte, organización de los elementos, técnica de elementos audiovisuales. Municipio: Villamaria	1	1

29	Montaje de la actividad institucional donde incluya transporte, organización de los elementos, técnica de elementos audiovisuales. Municipio: Manizales	1	4
30	Souvenir 1 (tote bag estampada a una tinta, de medidas 35x39 cm con fuelle, algodón lienzo 100%)	130	1
31	Souvenir 2 carrito de compras con ruedas. Tela de poliéster, plegable, con manijas y ruedas en PVC. Estampado a una tinta	100	1
32	Souvenir 3 Audífonos Bluetooth, con batería de 55 mAh. Color blanco y control de volumen	200	1
33	Souvenir 4 (proyector resolución 1080x920, de 5800 luminers, tamaño de proyección 33 a 150 pulgadas) cine en casa	8	1

CAMPAÑA: AÑO 2024

DAR CONTINUIDA CON LA CAMPAÑA DEL AÑO 2021 Plan Re - Recuperación de Envases



Deseamos revivir la Campaña Plan RE, incluyendo su concepto e imagen, debido a que, tras evaluar las últimas campañas, se ha concluido que esta fue la de mayor recordación y la que obtuvo los mejores resultados. La Campaña Plan RE logró un impacto significativo en nuestra audiencia, destacándose por su efectividad y capacidad de conectar con los consumidores. Por ello, consideramos esencial retomar y revitalizar esta campaña para continuar construyendo sobre su éxito y alcanzar nuevos niveles de rendimiento.

Antecedentes:

La campaña "Plan Re" tiene como objetivo revivir la conciencia sobre la importancia de la recuperación de envases de los productos de la ILC. Dado el resultado obtenido con anterioridad se espera revivir esta iniciativa que busca fomentar la práctica de guardar y retornar los envases de manera segura, evitando que caigan en manos de personas inescrupulosas que podrían entregarlos a redes criminales dedicadas a la falsificación de productos.

Objetivos de la Campaña:

1. **Generar Conciencia:** Informar a los consumidores sobre la importancia de devolver los envases de manera segura.
2. **Prevenir el Uso Indebido de Envases:** Reducir la posibilidad de que los envases sean utilizados por redes criminales para falsificar productos.
3. **Fomentar la Participación Activa:** Incentivar a los hogares y consumidores particulares a participar en la recuperación de envases.
4. **Difusión Efectiva:** Asegurar una amplia difusión de la campaña antes, durante y después de las activaciones.

Estrategia de Comunicación:

1. **Activaciones BTL:** Realizar activaciones en las zonas foco de venta de los productos de la ILC. Estas activaciones deben ser interactivas y educativas, motivando a los consumidores a participar activamente en la recuperación de envases (Recambio por souvenir)
2. **Redes Sociales:** Crear contenido atractivo y educativo para plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Utilizar anuncios pagados y orgánicos para alcanzar a una audiencia más amplia.
3. **Medios de Comunicación:** Realizar anuncios en radio y otros medios de comunicación locales de las zonas impactadas para asegurar la difusión del mensaje.

Público Objetivo:

- **Hogares y Consumidores Particulares:** Focalizar en aquellos que compran y utilizan productos de la ILC.

Cronograma:

1. **Pre-Campaña:**
    - **Duración:** 2 semanas antes del lanzamiento de las activaciones.
    - **Actividades:** Generar expectación en redes sociales y medios de comunicación. Lanzar teasers y anuncios previos.
2. **Durante la Campaña:**
    - **Duración:** Durante todo el periodo de las activaciones.

- **Actividades:** Ejecutar activaciones BTL, continuar la difusión en redes sociales y medios de comunicación.

3. **Post-Campaña:**
   - **Duración:** 2 semanas después de las activaciones.
   - **Actividades:** Reforzar el mensaje con testimonios, resultados y agradecer a los participantes. Continuar la difusión en redes sociales y medios de comunicación.

Indicadores de Éxito:

1. **Alcance en Redes Sociales:** Número de impresiones, likes, shares, comentarios y visualizaciones de contenido relacionado con la campaña.
2. **Participación en Activaciones:** Número de consumidores que participan activamente en las activaciones BTL.
3. **Retorno de Envases:** Incremento en la cantidad de envases devueltos a la ILC.
4. **Cobertura Mediática:** Número de menciones y publicaciones en medios de comunicación locales.

Requisitos:

- **Coherencia y Claridad en el Mensaje:** Asegurar que el mensaje de la campaña sea claro, conciso y coherente en todos los canales de comunicación.
- **Creatividad y Originalidad:** Diseñar activaciones y contenido innovador que capte la atención del público objetivo.
- **Medición y Reporte:** Implementar herramientas de medición para evaluar el impacto de la campaña y proporcionar informes detallados sobre los resultados obtenidos.

Actividad principal BTL:
Feria en los municipios en principales municipios de Caldas, donde los habitantes mayores de edad recibirán de forma recreativa, los mensajes de campaña destinados, para cumplir los objetivos marcados en este documento.

Lugar: Plaza principales de Manizales, Villamaría, Chinchiná, Riosucio y La Dorada.

Cantidad de Actividades BTL: Manizales serán 4 veces, en Chinchina – Villamaria – Riosucio y La Dorada, tendrán 1 actividad. La actividad se realizará de 8 am a 4 pm. Con un espacio tipo feria, donde las personas podrán participar por premios de campaña. La forma de hacer parte de esta actividad es llevando botellas vacías de la ILC, que servirán como "TICKET" de entrada a los juegos.

3.1. OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA:

1. Cumplir con las condiciones establecidas en los Documentos del proceso de contratación.

2. Desarrollar el objeto del contrato en las condiciones de calidad, oportunidad, y obligaciones definidas en los Documentos del proceso de contratación.

3. Garantizar la calidad de los bienes y servicios prestados, de acuerdo con las especificaciones técnicas previstas en la Invitación y demás Documentos del proceso.

4. Dar a conocer inmediatamente a la entidad cualquier reclamación que indirecta o directamente pueda tener algún efecto sobre el objeto del contrato o sobre sus obligaciones.

5. Conocer el marco legal e institucional del Departamento de Caldas.

6. Cumplir todas las obligaciones dentro del plazo establecido para la ejecución del objeto contractual.

7. Sugerir a la Interventoría o supervisión los cambios requeridos para la correcta ejecución del estudio.

8. Atender los requerimientos técnicos y administrativos que realice la entidad contratante, el Interventor y/o el supervisor y que estén relacionados con la ejecución del objeto contractual, en los términos establecidos por estos.

9. Realizar la entrega del objeto del contrato y la liquidación respectiva en el término establecido.

10. Los elementos entregados deberán cumplir con las especificaciones técnicas descritas por la Secretaría de Hacienda, las cuales hacen parte integral del Contrato.

11. Exigir al interventor y/o supervisor que todas sus instrucciones, observaciones u objeciones se realicen por escrito.

12. Mantener vigentes las garantías otorgadas, durante la vigencia del contrato, inclusive en la liquidación del mismo, y con posterioridad a él por los términos establecidos por la normatividad vigente.

13. Cumplir con todas las obligaciones laborales y las relativas a la seguridad social de su personal, aportando los respectivos certificados que acrediten el cumplimiento de dicha obligación en cada cuenta de cobro.

14. Ejecutar las actividades contractuales cumpliendo con las Normas técnicas vigentes.

15. Cumplir con las obligaciones establecidas en la Invitación Pública y demás documentos que hagan parte integral del contrato.

16. Mantener los precios fijos para los ítems presentados en su oferta, en la cual están comprendidos todos los costos directos e indirectos incluidos impuestos, y demás gravámenes que se presenten hasta el momento de terminación del estudio.

17. Los demás que contribuyan a garantizar el cumplimiento del contrato y los que por su naturaleza le sean atribuibles conforme al objeto y alcance del mismo.

18. Dar cabal cumplimiento al pacto de transparencia y declaraciones de la carta de presentación de la oferta.

19. Informar inmediatamente a la entidad estatal cuando ocurra una situación que implique una modificación del estado de los riesgos existentes al momento de proponer o celebrar el contrato.

20. Comunicarle inmediatamente a la entidad cualquier circunstancia política, jurídica, social, económica, técnica, ambiental o de cualquier tipo, que pueda afectar la ejecución del contrato.

21. Informar la modificación de la composición del capital social de la persona jurídica; la existencia de pactos o acuerdos de accionistas; su pertenencia o no a un grupo empresarial, si se trata de una matriz, subordinada, o sucursal de sociedad extranjera, así como la información relevante de índole jurídica, comercial o financiera, de la persona jurídica o de sus representantes legales, socios o accionistas.

22. Informar a más tardar el día hábil siguiente al momento en que se tenga conocimiento de la imposición de medidas de aseguramiento o condenas proferidas en Colombia o en el extranjero en contra de cualquiera de los directivos, representantes legales, accionistas o integrantes del contratista.

23. Estar en permanente comunicación con el supervisor o el interventor del contrato.

24. Facilitar la labor de seguimiento y control que realiza el supervisor o el interventor, atendiendo y dando respuesta oportuna a las observaciones o requerimientos que se realicen.

25. Disponer del personal idóneo, así como de los recursos logísticos, materiales, y/o equipos, necesarios para desarrollar el contrato dentro de la oportunidad establecida.

26. Aportar todo su conocimiento y experiencia para desarrollar adecuadamente el objeto del contrato de conformidad con lo requerido por el contratante.

27. Gestionar con la debida confidencialidad la información a que tenga acceso, así como la producida a lo largo de la ejecución del contrato.

28. Reportar la información relacionada con la ejecución del contrato o que tenga incidencia en ella cuando sea requerida por el contratante.

3.2. OBLIGACIONES ESPECIFICAS DEL CONTRATISTA:

1. Proporcionar los insumos técnicos, físicos y humanos para la puesta en marcha del plan comunicacional de la campaña "*"PLAN RE"*", para el plan anti contrabando en cada uno de los grupos de interés y el plan de comunicaciones de la Secretaría de Hacienda, de

conformidad con las actividades señaladas en la propuesta presentada por el contratista, la cual hará parte integral del contrato.

2. Desarrollar la campaña de conformidad con las especificaciones técnicas descritas en las condiciones técnicas exigidas en la invitación pública y en la propuesta presentada por el contratista:

Estrategia de Comunicación:

1. **Activaciones BTL:** Realizar activaciones en las zonas foco de venta de los productos de la ILC. Estas activaciones deben ser interactivas y educativas, motivando a los consumidores a participar activamente en la recuperación de envases (Recambio por souvenir)
2. **Redes Sociales:** Crear contenido atractivo y educativo para plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Utilizar anuncios pagados y orgánicos para alcanzar a una audiencia más amplia.
3. **Medios de Comunicación:** Realizar anuncios en radio y otros medios de comunicación locales de las zonas impactadas para asegurar la difusión del mensaje.

Público Objetivo:

- **Hogares y Consumidores Particulares:** Focalizar en aquellos que compran y utilizan productos de la ILC.

Cronograma:

4. **Pre-Campaña:**
    - **Duración:** 2 semanas antes del lanzamiento de las activaciones.
    - **Actividades:** Generar expectación en redes sociales y medios de comunicación. Lanzar teasers y anuncios previos.
5. **Durante la Campaña:**
    - **Duración:** Durante todo el periodo de las activaciones.
    - **Actividades:** Ejecutar activaciones BTL, continuar la difusión en redes sociales y medios de comunicación.
6. **Post-Campaña:**
    - **Duración:** 2 semanas después de las activaciones.
    - **Actividades:** Reforzar el mensaje con testimonios, resultados y agradecer a los participantes. Continuar la difusión en redes sociales y medios de comunicación.

Indicadores de Éxito:

5. **Alcance en Redes Sociales:** Número de impresiones, likes, shares, comentarios y visualizaciones de contenido relacionado con la campaña.
6. **Participación en Activaciones:** Número de consumidores que participan activamente en las activaciones BTL.

7. **Retorno de Envases:** Incremento en la cantidad de envases devueltos a la ILC.
8. **Cobertura Mediática:** Número de menciones y publicaciones en medios de comunicación locales.

Requisitos:

- **Coherencia y Claridad en el Mensaje:** Asegurar que el mensaje de la campaña sea claro, conciso y coherente en todos los canales de comunicación.
- **Creatividad y Originalidad:** Diseñar activaciones y contenido innovador que capte la atención del público objetivo.
- **Medición y Reporte:** Implementar herramientas de medición para evaluar el impacto de la campaña y proporcionar informes detallados sobre los resultados obtenidos.

Actividad principal BTL:
Feria en los municipios en principales municipios de Caldas, donde los habitantes mayores de edad recibirán de forma recreativa, los mensajes de campaña destinados, para cumplir los objetivos marcados en este documento.

Lugar: Plaza principales de Manizales, Villamaría, Chinchiná, Riosucio y La Dorada.

Cantidad de Actividades BTL: Manizales serán 4 veces, en Chinchina – Villamaria – Riosucio y La Dorada, tendrán 1 actividad. La actividad se realizará de 8 am a 4 pm. Con un espacio tipo feria, donde las personas podrán participar por premios de campaña. La forma de hacer parte de esta actividad es llevando botellas vacías de la ILC, que servirán como "TICKET" de entrada a los juegos.

3. El contratista deberá elaborar y concertar con el supervisor del contrato un plan de actividades (cronograma) en el cual se establezcan las circunstancias de tiempo, modo y lugar en las que se ejecutará el mismo.
4. Entrega de informes parciales sobre el desarrollo de la campaña física y digital.
5. **Alcance técnico.** Los servicios requeridos se encontrarán todos en el marco de las condiciones técnicas exigidas.
6. Destinar los recursos necesarios para el correcto cumplimiento del objeto del contrato y cada una de las obligaciones. El contratista asumirá la totalidad de los costos que se generen en la destinación de estos recursos.
7. Presentar los informes detallados ordinarios y los extraordinarios que le solicite quien ejerce el control de ejecución.
8. Guardar la debida reserva sobre los trabajos que realice, ya que son propiedad de la Secretaría de Hacienda y sólo pueden ser utilizados para fines propios del contrato.
9. Mantener en forma confidencial todos los datos e informaciones a los cuales tuviere acceso durante la ejecución del contrato. Esta confidencialidad será continua y no vence ni por terminación ni por caducidad del contrato.

3.3 OBLIGACIONES DE LA GOBERNACIÓN.

1. Realizar los desembolsos a que haya lugar en las fechas pactadas previo cumplimiento de los requisitos pactados en el contrato y revisión de soporte de la entrega a satisfacción de los elementos.
2. Suscribir las actas necesarias durante la ejecución del contrato.
3. Realizar el seguimiento, monitoreo y evaluación de la entrega de los elementos de acuerdo a las condiciones de entrega pactadas.
4. Realizar la supervisión del contrato a través del funcionario designado para tal fin.
5. Entregar toda la documentación necesaria y coadyuvar en toda la gestión de la documentación e información de orden departamental y nacional con las distintas autoridades necesarias para la ejecución del objeto a contratar.

SUPERVISION: Estará a cargo a cargo de JHON JAIRO GIRALDO GARCIA, con cédula No. 75.097.412, Profesional Especializado Unidad de Rentas del Departamento de Caldas.

4. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y SU JUSTIFICACIÓN.

El presente contrato se rige por el Estatuto de Contratación de la Administración Pública, y, en consecuencia, el régimen jurídico aplicable será el previsto en la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007, Decreto Ley 19 de 2012, Decreto 1082 de 2015 y demás normatividad reglamentaria y concordante aplicable a la materia.

El artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, reglamenta el principio de transparencia y señala las distintas causales de selección de contratistas por parte de las entidades estatales que se encuentran sometidas al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.

Teniendo en cuenta el objeto a contratar y de acuerdo con lo establecido en el numeral 5 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.2.1.5.1 del decreto 1082 de 2015, la modalidad de escogencia del contratista, será **MINIMA CUANTIA**.

Una vez realizado el análisis de las cotizaciones recaudadas, el valor estimado del contrato es la suma de **CIENTO NUEVE MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y DOS MIL SETECIENTOS SESENTA PESOS ($ 109.232.760) IVA incluido.**

4.1. PRESUPUESTO OFICIAL

De acuerdo con la información obtenida con el estudio de mercado, el presupuesto oficial, para ésta contratación es hasta por la suma de **CIENTO NUEVE MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y DOS MIL SETECIENTOS SESENTA PESOS ($ 109.232.760) IVA incluido.** y todos los costos directos e indirectos, tasas y contribuciones que conlleve la celebración y ejecución total del contrato que resulte del presente proceso de selección.

Nota: El proponente cuya oferta sea aceptada por la entidad deberá asumir el costo de las siguientes estampillas: i. ProDesarrollo (1%); ii. ProUniversidad (2%); iii. Prohospital Santa Sofía (1%); y iv. Proadulto Mayor (3%), anotando que dicho importe se efectuará mediante retención sobre los pagos o abonos en cuenta del contratista en aplicación del artículo 174 del Estatuto de Rentas del Departamento (Ordenanza 816 de 2017, modificado por medio de la Ordenanza 961 del 01 de noviembre de 2023). Así mismo la constitución de la garantía única, y el IVA y la retención en la fuente.

4.2 ESTUDIO DE MERCADO

Se solicitaron cotizaciones a tres posibles proveedores, así:

Fueron solicitadas cotizaciones a las personas identificadas (se anexan cotizaciones), de conformidad con dicho análisis, y en armonía con las necesidades de la Entidad, fueron obtenidos los siguientes resultados:

COTIZACIONES CAMPAÑA ANTICONTRABANDO											
	ITEM	CANTIDAD	DIAS	SINERGIA		NATIVO		MANO VERDE		PROMEDIO	
				VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Carpas blancas tipo pagoda de 3x3 en estructura metálica	2	8	$ 220.000	$ 3.520.000	$ 300.000	$ 4.800.000	$ 180.000	$ 2.880.000	$ 233.333	$ 3.733.333
2	Backing 6x2 ajustable impresión full color en lona	1	1	$ 950.000	$ 950.000	$ 870.000	$ 870.000	$ 870.000	$ 870.000	$ 896.667	$ 896.667
3	Caunter o recibidor madera de 1 mt x 80 cm x 50 cm	1	8	$ 160.000	$ 1.280.000	$ 200.000	$ 1.600.000	$ 100.000	$ 800.000	$ 153.333	$ 1.226.667
4	Caunter plástico importado cuadrado en poliestireno con tula para transportar con impresión en adhesivo medidas 80 cm x 82 cm x 38 cm, con cenefa. Brandeado con adhesivo laminado en todas sus caras y cenefa	1	1	$ 990.000	$ 990.000	$ 850.000	$ 850.000	$ 640.000	$ 640.000	$ 826.667	$ 826.667
5	Marco o arco de ingreso autosostenible, troquelado para uso en exterior.	1	1	$ 1.100.000	$ 1.100.000	$ 1.763.324	$ 1.763.324	$ 904.706	$ 904.706	$ 1.256.010	$ 1.256.010
6	Juegos tipo feria, de destreza, elaborado con materiales rígidos, madera, MDF, aluminio	5	1	$ 600.000	$ 3.000.000	$ 645.100	$ 3.225.500	$ 600.000	$ 3.000.000	$ 615.033	$ 3.075.167
7	Sonido (dos cabinas de mínimo 150 W, con soporte y micrófono inalámbrico)	1	8	$ 300.000	$ 2.400.000	$ 450.000	$ 3.600.000	$ 300.000	$ 2.400.000	$ 350.000	$ 2.800.000
8	Televisor led de 50 pulgadas con base	2	8	$ 400.000	$ 6.400.000	$ 420.000	$ 6.720.000	$ 380.000	$ 6.080.000	$ 400.000	$ 6.400.000
9	Personal de capacitación a los asistentes. Debe contar con conocimientos sobre la identificación de licor adulterado y de contrabando, conocimiento en estampillas y comercialización legal de productos como cigarrillos	1	8	$ 200.000	$ 1.600.000	$ 280.000	$ 2.240.000	$ 150.000	$ 1.200.000	$ 210.000	$ 1.680.000
10	Animador 10 horas para actividad	1	8	$ 900.000	$ 7.200.000	$ 950.000	$ 7.600.000	$ 800.000	$ 6.400.000	$ 883.333	$ 7.066.667
11	Personal de logística	6	8	$ 150.000	$ 7.200.000	$ 150.000	$ 7.200.000	$ 150.000	$ 7.200.000	$ 150.000	$ 7.200.000
12	Conceptualización de Campaña	1	1	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 950.000	$ 950.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 950.000	$ 950.000
13	Cuña radial de mínimo 15", con musicalización y mensaje de campaña	3	1	$ 400.000	$ 1.200.000	$ 450.000	$ 1.350.000	$ 350.000	$ 1.050.000	$ 400.000	$ 1.200.000
14	Página web informativa, con información de campaña, sitios donde se estará, videos de campaña y objetivos alcanzados. La información debe estar incluida en la página, sin enlaces fuera de ella	1	1	$ 2.615.176	$ 2.615.176	$ 2.500.000	$ 2.500.000	$ 2.500.000	$ 2.500.000	$ 2.538.392	$ 2.538.392
15	Pago de medios radiales (Mix, Olímpica, Radio Uno, La cariñosa, Tropica y Besame) con frecuencia mínima de 100 salidas (en cada una de las emisoras) durante los 4 meses de campaña	1	1	$ 14.200.000	$ 14.200.000	$ 14.150.000	$ 14.150.000	$ 14.050.000	$ 14.050.000	$ 14.133.333	$ 14.133.333
16	Pago y estrategias de medios digitales (redes sociales con geolocalización en caldas y con un alcance de 18 K diarios por los 4 meses)	1	1	$ 2.000.000	$ 2.000.000	$ 2.200.000	$ 2.200.000	$ 2.000.000	$ 2.000.000	$ 2.066.667	$ 2.066.667
17	Impresos (10.000 volantes media carta. Full color 4x0)	1	1	$ 1.421.000	$ 1.421.000	$ 1.420.000	$ 1.420.000	$ 1.300.000	$ 1.300.000	$ 1.380.333	$ 1.380.333
18	Carro valla - doble cara - impresiones full color - En Manizales	1	4	$ 280.000	$ 1.120.000	$ 260.000	$ 1.040.000	$ 230.000	$ 920.000	$ 256.667	$ 1.026.667
19	Carro valla - doble cara - impresiones full color - En Chinchiná	1	1	$ 400.000	$ 400.000	$ 380.000	$ 380.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 393.333	$ 393.333
20	Carro valla - doble cara - impresiones full color - En Riosucio	1	1	$ 543.000	$ 543.000	$ 490.000	$ 490.000	$ 510.000	$ 510.000	$ 514.333	$ 514.333
21	Carro valla - doble cara - impresiones full color - En Villamaria	1	1	$ 280.000	$ 280.000	$ 380.000	$ 380.000	$ 300.000	$ 300.000	$ 320.000	$ 320.000
22	Carro valla - doble cara - impresiones full color - En la Dorada	1	1	$ 740.000	$ 740.000	$ 770.000	$ 770.000	$ 720.000	$ 720.000	$ 743.333	$ 743.333
23	Piezas para redes sociales	50	1	$ 40.000	$ 2.000.000	$ 50.000	$ 2.500.000	$ 50.000	$ 2.500.000	$ 46.667	$ 2.333.333
24	Mesas tipo tablón	3	8	$ 15.000	$ 360.000	$ 20.000	$ 480.000	$ 15.000	$ 360.000	$ 16.667	$ 400.000
25	Montaje de la actividad institucional donde incluya transporte, organización de los elementos, técnica de elementos audiovisuales. Municipio: la Dorada	1	1	$ 1.800.000	$ 1.800.000	$ 1.350.000	$ 1.350.000	$ 1.200.000	$ 1.200.000	$ 1.450.000	$ 1.450.000
26	Montaje de la actividad institucional donde incluya transporte, organización de los elementos, técnica de elementos audiovisuales. Municipio: Riosucio	1	1	$ 820.000	$ 820.000	$ 870.000	$ 870.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 830.000	$ 830.000
27	Montaje de la actividad institucional donde incluya transporte, organización de los elementos, técnica de elementos audiovisuales. Municipio: Chinchina	1	1	$ 714.000	$ 714.000	$ 790.000	$ 790.000	$ 700.000	$ 700.000	$ 734.667	$ 734.667
28	Montaje de la actividad institucional donde incluya transporte, organización de los elementos, técnica de elementos audiovisuales. Municipio: Villamaria	1	1	$ 480.000	$ 480.000	$ 480.000	$ 480.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 453.333	$ 453.333
29	Montaje de la actividad institucional donde incluya transporte, organización de los elementos, técnica de elementos audiovisuales. Municipio: Manizales	1	4	$ 400.000	$ 1.600.000	$ 390.000	$ 1.560.000	$ 300.000	$ 1.200.000	$ 363.333	$ 1.453.333
30	Souvenir 1 (tote bag estampada a una tinta, de medidas 35x39 cm con fuelle, algodón lienzo 100%)	130	1	$ 34.000	$ 4.420.000	$ 45.000	$ 5.850.000	$ 40.000	$ 5.200.000	$ 39.667	$ 5.156.667
31	Souvenir 2 carrito de compras con ruedas. Tela de poliéster, plegable, con manijas y ruedas en PVC. Estampado a una tinta	100	1	$ 54.000	$ 5.400.000	$ 54.000	$ 5.400.000	$ 53.000	$ 5.300.000	$ 53.667	$ 5.366.667
32	Souvenir 3 Audífonos Bluetooth, con batería de 55 mAh. Color blanco y control de volumen	200	1	$ 38.000	$ 7.600.000	$ 39.000	$ 7.800.000	$ 37.000	$ 7.400.000	$ 38.000	$ 7.600.000
33	Souvenir 4 (proyector resolución 1080x920, de 5800 luminers, tamaño de proyección 33 a 150 pulgadas) cine en casa	8	1	$ 580.000	$ 4.640.000	$ 590.000	$ 4.720.000	$ 550.000	$ 4.400.000	$ 573.333	$ 4.586.667
				SUB TOTAL	$ 90.993.176		$ 97.898.824		$ 86.484.706		$ 91.792.235
				IVA	$ 17.288.703		$ 18.600.777		$ 16.432.094		$ 17.440.525
				TOTAL	$ 108.281.879		$ 116.499.601		$ 102.916.800		$ 109.232.760

VALOR PROMEDIO: CIENTO NUEVE MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y DOS MIL SETECIENTOS SESENTA PESOS ($ 109.232.760) IVA incluido.

El presupuesto oficial para el presente proceso contractual se ha establecido hasta la suma de **CIENTO NUEVE MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y DOS MIL SETECIENTOS SESENTA PESOS ($ 109.232.760) IVA incluido.**, determinándose los costos en que incurre EL CONTRATISTA, al momento de legalizar el contrato, así como el IVA y la retención en la fuente.

4.3 PLAN DE ADQUISICIONES

Una vez revisado el Plan de Adquisiciones de la entidad aprobado para la vigencia 2024, se puede observar que se encuentra descrito en el Sistema Electrónico para la Contratación Pública. (Se adjunta certificación).

4.4 FORMA DE PAGO Se pagará mediante actas parciales, previa entrega del informe de las actuaciones realizadas por el Contratista, la certificación de recibo a satisfacción por parte del supervisor del contrato; para lo anterior, EL CONTRATISTA presentará las respectivas facturas acompañadas del certificado de pago de seguridad social y parafiscales suscrito por el representante legal o el revisor fiscal en caso de contar con éste. El pago de la estampilla se efectuará mediante retención sobre anticipos, pagos, pagos parciales o abonos en cuenta", de acuerdo con el artículo 174 de la ordenanza 816 de 2017 estatuto de rentas del Departamento de Caldas

5 PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

El plazo de ejecución será a partir de la suscripción del acta de inicio y hasta el 31 de diciembre de 2024.

5.1 LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Departamento de Caldas

6 CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL QUE RESPALDA LA CONTRATACIÓN.

La administración departamental cuenta con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal No. 3500044880 del 23 de septiembre de 2024 con el cual deberá cubrir el valor del contrato durante la presente vigencia fiscal.

7 GARANTÍAS EXIGIBLES AL CONTRATISTA.

El contratista debe presentar una garantía de cumplimiento de las obligaciones derivadas del Contrato, a favor del Departamento de Caldas, la cual debe tener los siguientes amparos:

Garantía	Porcentaje (%)	Plazo
Cumplimiento	20%	Igual al plazo del contrato y cuatro (4) meses mas
Pago de salarios y prestaciones sociales e indemnizaciones laborales	20%	Igual al plazo del contrato y tres (3) años más

Calidad de los bienes	10%	Igual al plazo del contrato y un (1) año más

8 ANÁLISIS DE RIESGOS Y FORMA DE MITIGARLOS.

De acuerdo con las disposiciones del artículo 4 de la ley 1150 de 2007 y de los artículos 3, 15, 17 y en el Decreto 1082 de 2015 y con base en la metodología para identificar y clasificar los riesgos elaborado por Colombia Compra Eficiente se procede a tipificar, estimar y asignar los riesgos de la presente contratación. **(Ver ANEXO A).**

Los proponentes deben realizar todas las evaluaciones y estimaciones que sean necesarias para presentar su propuesta sobre la base de un examen cuidadoso de sus características, incluyendo los estudios, diseños, evaluaciones y verificaciones que consideren necesarios para formular la propuesta con base en su propia información, de manera que el proponente debe tener en cuenta el cálculo de los aspectos económicos del contrato, los cuales deben incluir todas las obligaciones y asunción de riesgos que emanan del contrato. Si el proponente a quien se acepte la oferta ha evaluado incorrectamente o no ha considerado toda la información que pueda influir en la determinación de los costos, no se eximirá de su responsabilidad por la ejecución completa del objeto del proceso de conformidad con el contrato ni le dará derecho a rembolso de costos ni a reclamaciones o reconocimientos adicionales de ninguna naturaleza.

9 Análisis de Acuerdos Comerciales.

Al amparo del "*Manual explicativo de los capítulos de contratación pública de los acuerdos comerciales negociados por Colombia para entidades contratantes"* del Departamento Nacional de Planeación y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y atendiendo el *"Manual para el manejo de los Acuerdos Comerciales en Procesos de Contratación"* expedido por la Agencia Nacional de Contratación, los procesos de contratación como el presente se encuentra excluidos del capítulo de compras públicas de los tratado de libre comercio suscritos por nuestro país. Por tanto, a presente contratación no se encuentra cobijada por un Acuerdo Internacional o un Tratado de Libre Comercio vigente para el Estado Colombiano.

Manizales, 26 de septiembre de 2024

JOHN ALEXANDER ALZATE QUICENO
Secretario de Despacho
Secretaría de Hacienda
Departamento de Caldas

JOHN JAIRO GARCIA GIRALDO
Profesional Especializado Unidad de Rentas
Secretaría de Hacienda

Revisó: Victoria Eugenia Bermúdez Muñoz
Profesional Especializado – Secretaria Hacienda

ANEXO A.

No.	1	2
Clase	General	General
Fuente	Externo	Externo
Etapa	Ejecución	Ejecución
Tipo	Operacional	Operacional
Descripción (Que puede pasar y como puede Ocurrir)	Cambios en la reglamentación del sector	Alza desbordante de los precios en relación con los costos de los insumos necesarios para
Consecuencia de la Ocurrencia del evento	NO cumplimiento o mayor costo en el cumplimiento del objeto contractual	NO cumplimiento o mayor costo en el cumplimiento del objeto contractual
Probabilidad	Raro	Raro
Impacto	Menor	Menor
Calificación Total	Menor	Menor
Prioridad	Bajo	Bajo
¿A quién se le asigna?	Secretaría de Hacienda	Secretaría de Hacienda
Tratamiento/ Controles a ser implementados	Hacer efectiva la póliza y prevalencia del contrato	Hacer efectiva la póliza y prevalencia del contrato
Impacto después del Tratamiento – Probabilidad	Raro	Raro
Impacto	Insignificante	Insignificante
Calificación	Bajo	Bajo
Calificación Total	Bajo	Bajo
¿Afecta la ejecución del Contrato?	Si	Si
Persona responsable por implementar el tratamiento	Supervisor del contrato	Supervisor del contrato
Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Al momento de presentarse la situación	Al momento de presentarse la situación
Fecha estimada en que se completa el tratamiento	Vencimiento de Garantías	Vencimiento de Garantías
Monitoreo y revisión – ¿Cómo se realiza el monitoreo?	Haciendo efectiva la garantía	Haciendo efectiva la garantía
Periodicidad ¿Cuándo?	Cada vez que se presente la necesidad	Cada vez que se presente la necesidad

GOBIERNO DE CALDAS	**MIC 1- ESTUDIO PREVIO - MÍNIMA CUANTÍA**	**Código:** FO-CA-063
		Versión: 1.0
		Fecha Modificación: 22/12/2022

No.	3	4
Clase	General	General
Fuente	Externo	Externo
Etapa	Ejecución	Ejecución
Tipo	Operacional	Operacional
Descripción (Que puede pasar y como puede Ocurrir)	No entrega de los suministros adquiridos dentro del plazo pactado	Falla en los suministros adquiridos dentro del plazo pactado
Consecuencia de la Ocurrencia del evento	NO cumplimiento o mayor costo en el cumplimiento del objeto contractual	NO cumplimiento o mayor costo en el cumplimiento del objeto contractual
Probabilidad	Raro	Raro
Impacto	Menor	Menor
Calificación Total	Menor	Menor
Prioridad	Bajo	Bajo
¿A quién se le asigna?	Secretaría de Hacienda	Secretaría de Hacienda
Tratamiento/ Controles a ser implementados	Hacer efectiva la póliza y prevalencia del contrato	Hacer efectiva la póliza y prevalencia del contrato
Impacto después del Tratamiento – Probabilidad	Raro	Raro
Impacto después del Tratamiento – Impacto	Insignificante	Insignificante
Impacto después del Tratamiento – Calificación	Bajo	Bajo
Impacto después del Tratamiento – Calificación Total	Bajo	Bajo
¿Afecta la ejecución del Contrato?	Si	Si
Persona responsable por implementar el tratamiento	Supervisor del contrato	Supervisor del contrato
Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Al momento de presentarse la situación	Al momento de presentarse la situación
Fecha estimada en que se completa el tratamiento	Vencimiento de Garantías	Vencimiento de Garantías
Monitoreo y revisión – ¿Cómo se realiza el monitoreo?	Haciendo efectiva la garantía	Haciendo efectiva la garantía
Monitoreo y revisión – Periodicidad ¿Cuándo?	Cada vez que se presente la necesidad	Cada vez que se presente la necesidad