ALCALDIA DE ARAUCA
SECRETARIA DE AGRICULTURA, DESARROLLO ECONOMICO Y SOSTENIBLE MUNICIPAL.

ESTUDIO PREVIO

OBJETO:

"FORTALECIMIENTO EN LA FORMACION DEL CAPITAL HUMANO PARA LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA"

SEPTIEMBRE DE 2025

Arauca, septiembre de 2025

Doctor
JUAN ALFREDO QUENZA RAMOS
Alcalde del Municipio de Arauca
Despacho

Adelantadas las diligencias correspondientes, esta Dependencia se permite presentar a usted el siguiente **ESTUDIO PREVIO** requerido conforme al artículo 25, numeral 7 de la ley 80 de 1993, reglamentado en el artículo 2.2.1.1.2.1.1. Del Decreto 1082 de 2015 para adelantar el proceso de selección y la consecuente celebración del contrato requerido para desarrollar el objetivo anterior, conforme se tiene previsto ejecutar en el presupuesto de la actual vigencia.

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

La necesidad de implementar un proyecto de capacitación empresarial dirigido a empresarios y microempresarios del municipio de Arauca surge a partir de un análisis de los factores económicos, sociales y productivos de la región. La situación actual evidencia importantes desafíos que limitan el desarrollo económico local, la competitividad empresarial y la sostenibilidad de las unidades productivas. A continuación, se presentan algunos indicadores y cifras estadísticas que justifican la implementación de este proyecto:

1. Características Socioeconómicas de Arauca:

- El municipio de Arauca es la capital del departamento Arauca, situado en la región de la Orinoquía colombiana. Según datos del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), el municipio tiene una población aproximada de 85,000 habitantes, con una estructura demográfica caracterizada por una alta proporción de personas en edad productiva.
- La tasa de desempleo en Arauca se encuentra por encima del promedio nacional, registrando cifras cercanas al 13% en el último reporte del DANE, lo que evidencia la falta de oportunidades laborales formales y la necesidad de incentivar la generación de empleo mediante el fortalecimiento empresarial.
- El índice de informalidad laboral en el municipio supera el 60%, según el último reporte del Ministerio de Trabajo, lo cual sugiere la existencia de un gran número de microempresas y negocios no formalizados que requieren acompañamiento para su formalización y crecimiento.

2. Estructura Productiva:

- La economía de Arauca se sustenta principalmente en el sector agropecuario y en el comercio de bienes de consumo básico, aunque existen limitaciones en términos de diversificación productiva y competitividad. Según el Plan de Desarrollo Departamental, el 65% de las unidades productivas son microempresas, y el 80% de ellas opera con poca capacidad de inversión y limitada gestión empresarial.
- La mayoría de los microempresarios carece de conocimientos en áreas clave como gestión financiera, mercadeo digital, administración de negocios y planes de expansión, lo que reduce su capacidad para adaptarse a las dinámicas del mercado y para acceder a nuevas oportunidades.

3.Problemática de Capacitación y Asesoría:

- Según un estudio de la Cámara de Comercio de Arauca, el 75% de los empresarios y microempresarios encuestados manifestó no haber recibido ningún tipo de capacitación en

el último año. Además, solo el 15% de las empresas han participado en programas de fortalecimiento empresarial, lo cual refleja una falta de acceso a formación técnica y empresarial adaptada a las realidades locales.

- El nivel educativo promedio de los empresarios del municipio es bajo en comparación con otras regiones del país. El DANE indica que la mayoría cuenta únicamente con estudios básicos o técnicos, lo que limita sus habilidades gerenciales y su capacidad para adoptar nuevas tecnologías y estrategias de negocio.

4. Necesidad de Fortalecimiento Empresarial:

- La escasa formación empresarial y el limitado acceso a programas de capacitación han generado un entorno de negocios con bajos niveles de competitividad. Los indicadores de supervivencia empresarial del municipio muestran que aproximadamente el 50% de las microempresas creadas cierran en los primeros tres años de operación, lo que evidencia debilidades en la planeación, ejecución y sostenibilidad de los negocios locales.
- La implementación de un proyecto de capacitación empresarial dirigido a empresarios y microempresarios de Arauca es crucial para fomentar el desarrollo económico y social de la región, al dotar a los emprendedores locales de herramientas que les permitan gestionar mejor sus empresas, aumentar su rentabilidad y contribuir a la generación de empleo formal.

5.Beneficios Esperados del Proyecto de Capacitación:

- **Incremento en la Formalización Empresarial:** Se espera que, mediante el fortalecimiento de las capacidades empresariales, se logre aumentar el número de empresas formalizadas, generando un impacto positivo en la economía local y en la generación de empleo.
- **Mejora de la Competitividad:** A través de la capacitación en temas como innovación, transformación digital y estrategias de ventas, los empresarios podrán adaptarse a los cambios del mercado y mejorar su competitividad.
- **Sostenibilidad Empresarial:** La formación en gestión financiera y planificación estratégica contribuirá a reducir las tasas de mortalidad empresarial, asegurando la sostenibilidad y el crecimiento de las unidades productivas locales.

El proyecto de capacitación empresarial propuesto es una respuesta directa a las necesidades identificadas en el municipio de Arauca, orientado a mejorar las competencias de los empresarios y microempresarios para que puedan enfrentar los retos actuales del mercado y contribuir al desarrollo socioeconómico de la región. La combinación de cifras estadísticas y el análisis contextual de la situación local respaldan la necesidad de implementar un programa de este tipo, que no solo fortalezca el entorno empresarial, sino que también genere un impacto positivo en la calidad de vida de la población y en la dinámica económica del municipio.

3.2 PROBLEMA

Baja Formación Empresarial en los Emprendimientos del Municipio de Arauca

El municipio de Arauca enfrenta una grave problemática relacionada con la baja formación empresarial de sus emprendedores, lo cual incide directamente en la sostenibilidad, competitividad y crecimiento de los negocios locales. A pesar del gran potencial económico de la región, caracterizado por su riqueza en recursos naturales, su ubicación estratégica y su diversidad cultural, los empresarios y microempresarios no cuentan con las herramientas y el conocimiento necesarios para enfrentar los desafíos del entorno competitivo actual.

Esta falta de formación se traduce en varias dificultades para los emprendedores, tales como:

Deficiencia en la Gestión Empresarial: Los emprendedores no tienen los conocimientos adecuados para manejar los aspectos clave de su negocio, como la gestión financiera, la administración de recursos y la planificación estratégica. Esto resulta en una gestión ineficaz que impacta directamente en la rentabilidad y sostenibilidad de sus empresas.

Falta de Estrategias de Marketing y Ventas: Muchos de los emprendedores no conocen ni utilizan estrategias efectivas de marketing que les permitan posicionar sus productos o servicios en el mercado. Esto se debe a una deficiencia en el uso de herramientas digitales y la falta de capacitación en ventas, lo que limita su capacidad para atraer y retener clientes.

Carencia de Capacitación en Atención al Cliente: Un aspecto fundamental que afecta directamente a la experiencia del consumidor es el servicio al cliente. La falta de formación en este ámbito genera experiencias negativas que deterioran la reputación de las empresas, lo cual incide en la fidelización y en la rentabilidad a largo plazo.

Alta Tasa de Mortalidad Empresarial: La falta de formación empresarial adecuada es una de las principales causas de la alta tasa de mortalidad de los emprendimientos en Arauca. Según datos de Confecámaras, solo un pequeño porcentaje de las empresas sobreviven más de cinco años, lo que refleja la falta de preparación en la creación y gestión de negocios sostenibles.

Limitada Cultura Emprendedora y Acceso a Recursos: En Arauca, la cultura emprendedora no está suficientemente arraigada, y los emprendedores carecen de redes de apoyo que les permitan compartir experiencias y obtener asesoramiento. Además, el acceso a recursos educativos, financieros y tecnológicos es limitado, lo que dificulta la mejora de las capacidades empresariales.

Entorno Económico y Social Desafiante: Factores como la inseguridad, la falta de infraestructura, la escasa conectividad digital y las dificultades para acceder a financiamiento son barreras adicionales que agravan la situación de los emprendedores, quienes deben hacer frente a un contexto económico y social complejo que afecta la viabilidad de sus proyectos.

En consecuencia, la baja formación empresarial de los emprendedores de Arauca representa una barrera significativa para el desarrollo económico de la región, ya que limita la capacidad de las microempresas para competir, crecer y generar empleo. Este problema, además, impide que las iniciativas productivas contribuyan de manera efectiva al desarrollo social y económico del municipio.

3.2.1 Magnitud actual del Problema

- **Estadísticas Locales:** Según estudios preliminares, más del 70% de las Pequeñas y medianas empresas en Arauca reportan dificultades para aumentar sus ventas, y el 65% menciona que sus clientes no están satisfechos con el servicio recibido.

- **Crecimiento Económico:** El crecimiento del sector empresarial en Arauca es del 3% anual, muy por debajo del promedio nacional, lo que indica un estancamiento.

- **Tasa de Cierre de Empresas:** Aproximadamente el 40% de las Pequeñas y medianas empresas cierran en sus primeros dos años de operación, muchas veces por falta de conocimientos en áreas clave como ventas y atención al cliente.

3.3 CAUSAS DIRECTAS

- **Falta de capacitación empresarial:** La ausencia de programas formativos adecuados en áreas clave como gestión empresarial, marketing, ventas, administración financiera

y atención al cliente impide que los emprendedores adquieran las herramientas necesarias para gestionar sus negocios de manera efectiva.

- **Deficiencia en la formación en atención al cliente:** La falta de habilidades en servicio al cliente genera una experiencia negativa para los consumidores, lo que afecta la fidelización y la satisfacción, limitando las oportunidades de crecimiento para las empresas.

3.4 CAUSAS INDIRECTAS

- **Condiciones socioeconómicas desfavorables**: Factores como la inseguridad, la falta de infraestructura y el acceso limitado a financiamiento en la región dificultan el desarrollo empresarial y limitan las oportunidades de los emprendedores para expandir sus negocios.
- **Falta de acceso a redes de apoyo y asesoría:** En la región, los emprendedores carecen de redes de mentoría o asesoría que les permitan compartir experiencias, resolver problemas comunes y mejorar su capacidad de gestión empresarial.

3.5 EFECTOS DIRECTOS

- **Alta tasa de mortalidad empresarial:** Aproximadamente el 40% de las pequeñas y medianas empresas en Arauca cierran en sus primeros dos años, lo que demuestra una alta tasa de fracasos debido a la falta de preparación y conocimiento en áreas fundamentales de gestión.
- **Baja competitividad:** Los emprendedores que no han recibido la formación adecuada no pueden diferenciar sus productos o servicios en el mercado, lo que los hace menos competitivos frente a otras empresas, tanto locales como regionales.

3.6 EFECTOS INDIRECTOS

- **Desempleo y subempleo:** La alta tasa de cierre de empresas y la falta de crecimiento empresarial generan una limitada oferta de empleos formales en la región, contribuyendo al desempleo y al subempleo de la población local.
- **Impacto en el desarrollo económico local**: El estancamiento de los emprendimientos afecta directamente al desarrollo económico de Arauca, ya que la creación de empresas sostenibles es clave para la generación de empleo, la producción de bienes y servicios, y la dinamización de la economía regional.

ANALISIS DE LA PARTICIPACION

Para la operación y puesta en marcha del Proyecto se debe indicar los diferentes actores institucionales y comunitarios que contribuyan con su planeación, desarrollo y evaluación y control social.

ITEM	ACTOR	DESCRIPCION ACTOR	INTERESES O EXPECTATIVAS:	POSICION	TIPO DE CONTRIBUCION
1	Municipal	Municipio de Arauca	Fortalecimiento en la formación de capital humano hacia la productividad	Cooperante	Financiera y operativa formular y ejecutar el Proyecto de Inversión.

			empresarial en el municipio de Arauca.		
2	Otro	Microempresarios	Facilitar la capacitación empresarial de las unidades productivas	Beneficiario	Participación activa en la ejecución de las actividades del proyecto haciendo uso de los beneficios ofrecidos
	Otro				

POBLACIÓN AFECTADA:

La población afectada corresponde a (1.226) empresarios formales del municipio de Arauca. Según Censo de la Cámara de Comercio de Arauca, a corte 2025.

POBLACIÓN OBJETIVO:

La población objetivo del proyecto corresponde a ochenta (80) microempresarios de los sectores comercio, industria y turismo, residentes en el municipio de Arauca

Características demográficas de la población Objetivo

Clasificación	Detalle	Número de personas	Fuente de la información
Etaria (Edad)	0 a 14 años	0	Secretaría de Agricultura, y Desarrollo Económico y Sostenible Municipal de Arauca
Etaria (Edad)	15 a 19 años	40	Secretaría de Agricultura, y Desarrollo Económico y Sostenible Municipal de Arauca
Etaria (Edad)	20 a 59 años	40	Secretaría de Agricultura, y Desarrollo Económico y Sostenible Municipal de Arauca
Etaria (Edad)	Mayor de 60 años		
Grupos étnicos	Población Indígena		
Grupos étnicos	Población Afrocolombiana		
Grupos étnicos	Población Raizal		
Grupos étnicos	Pueblo Rom		
Grupos étnicos	Población Mestiza		
Grupos étnicos	Población Palenquera		

Clasificación	Detalle	Número de personas	Fuente de la información
Género	Masculino	35	Secretaría de Agricultura, y Desarrollo Económico y Sostenible Municipal de Arauca
Género	Femenino	45	Secretaría de Agricultura, y Desarrollo Económico y Sostenible Municipal de Arauca
Población Vulnerable	Desplazados	2	
Población Vulnerable	Población con Discapacidad	4	
Población Vulnerable	Víctimas	4	

Criterios de selección de la población objetivo

Los criterios de selección a tener en cuenta para la priorización de la población a beneficiar con Capacitación para la Formación de Capital Humano Hacia la Productividad empresarial a empresarios y microempresarios informales y formales corresponden a:

Selección de los empresarios y microempresarios beneficiados: Para seleccionar a los empresarios y microempresarios beneficiados que harán parte de la ejecución de este proyecto, la Secretaria Agricultura, Desarrollo Económico y Sostenible del municipio de Arauca, adelantará convocatoria abierta para aquellos empresarios y microempresarios legalmente constituidos y activas a la vigencia de la ejecución de la presente alternativa, del sector comercio, industria y turismo en el municipio de Arauca.

2. Enfoque de género: Los microempresarios beneficiados deberán ser de una composición mayoritaria de mujeres.

Requisitos mínimos para todos los beneficiarios:

- Ser mayor de dieciocho (18) años, con mínimo 2 años de experiencia en la actividad.
- Ser microempresario ubicado en el municipio de Arauca, contar con registro vigente ante cámara de comercio de Arauca
- No haber sido beneficiario de programas de fortalecimiento empresarial por parte de la alcaldía municipal de Arauca dentro de los dos (2) años anteriores a la fecha de la convocatoria.
- Firma de carta de compromiso que indique su total disposición para participar de las actividades del proyecto, además de comprometerse a colaborar y dar cumplimiento a las recomendaciones hechas por el equipo profesional vinculado, a cargo del proyecto

2. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO A CONTRATAR, CON SUS ESPECIFICACIONES ESENCIALES, Y LA IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR.

2.1. Objeto a Contratar. La Administración Municipal está interesada en contratar la "FORTALECIMIENTO EN LA FORMACION DEL CAPITAL HUMANO PARA LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN EL MUNICIPIO DE ARAUCA"

2.2 CLASIFICACION DE BIENES Y SERVICIOS

CODIGO	DESCRIPCION
80 10 15	SERVICIOS DE CONSULTORÍA DE NEGOCIOS Y ADMINISTRACIÓN CORPORATIVA
80 10 16	GERENCIA DE PROYECTOS
80 11 15	DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS
80 11 16	SERVICIOS DE PERSONAL TEMPORAL
80 14 16	ACTIVIDADES DE VENTAS Y PROMOCIÓN DE NEGOCIOS
86 10 17	SERVICIOS DE CAPACITACIÓN VOCACIONAL NO - CIENTÍFICA
86 11 16	EDUCACIÓN DE ADULTOS
90 11 16	FACILIDADES PARA ENCUENTROS

2.3 TIPO DE CONTRATO A CELEBRAR

De conformidad con la forma de ejecución del objeto a contratar, el presente contrato se tipifica como **"contrato de servicios"**

2.4 LUGAR DE EJECUCION

El desarrollo de las actividades se realizara en el municipio de Arauca, departamento de Arauca

2.5 PLAZO DE EJECUCION

El plazo para la ejecución del objeto del contrato es de TRES (3) MESES, contados a partir del acta de inicio previa aprobación de las garantías únicas

2.6 FORMA DE PAGO

El municipio de Arauca pagará este contrato de la siguiente forma:

a) Hasta un setenta y cinco (75%) del valor del contrato mediante actas parciales de ejecución, previa presentación de:

- Informe del contratista
- Informe de interventor
- Certificación de cumplimiento expedida por el de interventor
- Registro fotográfico
- Pago de aportes al sistema de seguridad social y parafiscales y los correspondientes certificados de (SENA, ICBF, CAJAS DE COMPENSACIÓN)
- Pólizas vigentes y su aprobación por la oficina asesora jurídica municipal.

Parágrafo 1°: En caso que la entidad haya entregado al contratista dineros por concepto de anticipo, éste deberá presentar los respectivos soportes de inversión para su correspondiente amortización.

b) El veinticinco (25%) restante a la finalización del objeto contractual previa presentación de:

- Informe final del contratista
- Certificación de cumplimiento expedida por el interventor
- Acta final
- Acta de liquidación del contrato suscrito por las partes
- Registro fotográfico
- Soportes del pago de aportes al sistema de seguridad social y parafiscales (SENA, ICBF, CAJAS DE COMPENSACIÓN) y los correspondientes certificados de cada uno.
- Pólizas vigentes y su aprobación por la oficina asesora jurídica municipal.

Parágrafo 2: El municipio concederá al contratista un anticipo hasta un CUARENTA POR CIENTO (40%) del valor del contrato, el cual será entregado una vez se haya perfeccionado el contrato. Para efectos de amortización del anticipo, el contratista deberá en cada acta parcial o acta de liquidación de ser el caso, amortizar el mismo porcentaje que le fue entregado.

2.6.1 MANEJO DEL ANTICIPO:

La iniciación de las labores o el cumplimiento de cualquiera de las obligaciones contractuales no están supeditados en ningún caso, al giro del anticipo por parte del MUNICIPIO DE ARAUCA, el cual entenderá haber adjudicado al contrato a un proponente que ha acreditado tener la capacidad económica, financiera y técnica necesaria para ejecutarla cumplidamente.

Cuando el proceso o el contrato resultante del mismo sean diferentes a los casos establecidos en el artículo 91 de la Ley 1474 de 2011, el manejo de los recursos entregados al contratista a título de anticipo, deberá realizarse en cuenta conjunta, a nombre del contrato suscrito. Estos recursos serán manejados entre el supervisor o interventor y el contratista. El contratista deberá abrir una cuenta corriente o de ahorros para este fin.

Para el cobro del anticipo el contratista deberá presentar la orden de iniciación, deberán estar satisfechos los requisitos de ejecución del contrato, deberá estar aprobada la garantía única de cumplimiento por el funcionario competente del MUNICIPIO DE ARAUCA y la solicitud de registro presupuestal.

Una vez constituida y aprobada la garantía única, el anticipo se entregará al contratista luego de la presentación por parte del mismo de los respectivos documentos ante la secretaría de hacienda municipal.

Los rendimientos que llegaren a producir los recursos así entregados, pertenecerán al tesoro municipal. El contratista deberá presentar el plan de inversión del anticipo, para revisión y aprobación de la Entidad contratante. Los dineros del anticipo no podrán destinarse a fines distintos que los de ejecución de los trabajos y de los aquí contemplados.

Estos dineros tienen la condición de fondos públicos hasta el momento que sean amortizados mediante la ejecución de las obras contratadas, momento hasta el cual su mal manejo, el cambio de destinación o su apropiación darán lugar a las responsabilidades penales correspondientes.

Los desembolsos de la cuenta deben ser directamente proporcionales a la ejecución del contrato, los saldos deben generar rendimientos, salvo que los recursos sean invertidos en su totalidad en un solo giro en actividades tendientes al cumplimiento del objeto contractual. El supervisor autorizará el primer desembolso de la cuenta, en concordancia con el plan de inversión del anticipo, así mismo verificará los rendimientos financieros de la cuenta conjunta si a ello hubiere lugar.

Para la autorización de los desembolsos siguientes, el contratista deberá presentar al interventor o supervisor un informe de gastos detallados y debidamente soportados, incluyendo las facturas que demuestren el gasto de la totalidad del desembolso entregado, soportes que deben estar legalmente expedidos y firmados; y rendimientos financieros, demostrando que los recursos invertidos se ajustan al plan de manejo del anticipo aprobado con anterioridad y que efectivamente se adquirieron en las fechas en las que se autorizó el desembolso.

El supervisor o interventor del contrato verificará y dará el visto bueno de la relación de gastos, los cuales deben ser consistentes con el plan de inversión del anticipo aprobado. De encontrarse evidencia de uso indebido del anticipo, el interventor o supervisor del contrato remitirá la documentación soporte y solicitud debidamente motivada a la oficina asesora jurídica solicitando de manera expresa hacer efectiva la póliza de buen manejo del anticipo pactado en el contrato. Los rendimientos financieros que genere la cuenta abierta para tal fin, se consignaran a favor del municipio de Arauca, mediante coordinación con la tesorería municipal, previa certificación del banco.

Una vez ejecutado el monto total del anticipo, y el contratista haya entregado los informes requeridos para demostrar el buen manejo del mismo y las consignaciones de la totalidad de los rendimientos financieros ante la tesorería municipal, se procederá a la cancelación de la cuenta bancaria por parte del contratista, previo visto bueno del supervisor.

2.6.2 CRONOGRAMA DE PAGOS

MES	CONCEPTO	PORCENTAJE	SALDO
1	ACTA PARCIAL 1	40%	60%
2	ACTA PARCIAL 2	35%	25%
3	ACTA LIQUIDACIÓN	25%	0%

NOTA: La administración municipal hace la salvedad que el cronograma y los porcentajes de las actas parciales de pagos puede variar relativamente a la ejecución y cumplimiento de actividades.

2.7 OBLIGACIONES DE LAS PARTES

2.7.1. DEL CONTRATISTA: Además de las obligaciones contenidas en la ley 80 de 1993, la ley 1150 de 2007, la ley 1474 de 2011 y el decreto 1082 de 2015 y las normas que las modifiquen, reemplacen o sustituyan:

a) Acatar la constitución, la ley, las normas legales y procedimientos establecidas por el gobierno nacional y municipal, y demás disposiciones pertinentes.
b) Dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha en que se le entregue la copa del contrato y las instrucciones para su legalización, deberá constituir las garantías pactadas en el contrato.
c) Ejecutar cada uno de los ítems cumpliendo con el objeto de los servicios en la forma y tiempo pactado, de acuerdo con el documento regla y la propuesta presentada por el proponente favorecido, en la forma, precio y tiempos pactados.
d) Garantizar la calidad del servicio, cuando el objeto del contrato que se origine sean rechazados por su mala calidad comprobada durante su recepción, el municipio según criterio técnico debidamente soportado con pruebas documentales, podrá solicitar el cambio al contratista, quien lo deberá efectuar de inmediato
e) Asumir bajo su costo y riesgo todos los gastos en que se incurra para la ejecución del contrato.
f) Disponer del personal idóneo para desarrollar cada una de las actividades que involucra el presente proyecto

g) Garantizar que todos los empleados y trabajadores contratados para la ejecución del proyecto deben estar vinculados por parte del contratista como empleador al régimen contributivo de seguridad social integral
h) Presentar informes consolidados de avance de actividades y todos los que sean requeridos por la supervisión del contrato. Los informes consolidados serán el soporte valido para el trámite de actas parciales, si fuere necesario
i) Observar los requerimientos realizados por el supervisor durante el desarrollo del contrato y de manera general, obraran con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales
j) Informar oportunamente al supervisor sobre cualquier obstáculo o dificultad que se presente en la ejecución del contrato
k) Mantener reserva profesional sobre la información que le sea suministrada para el desarrollo del objeto del contrato que resulte del presente proceso.
l) Realizar reuniones periódicas con el supervisor con el fin de canalizar diferentes aspectos técnicos y administrativos relacionados con el proyecto si las hubiere.
m) Levantar acta de las reuniones realizadas
n) Efectuar los aportes al sistema de seguridad social integral de conformidad con la ley 100 de 1993. Decretos reglamentarios y demás leyes concordantes. Exigir a sus trabajadores una vez finalizado el contrato paz y salvo por conceptos salariales y prestacionales
o) Obrar con lealtad en las etapas contractuales y post contractuales respectivamente.
p) Avisar oportunamente al municipio de las situaciones previsibles que puedan afectar el equilibrio financiero del contrato.
q) No incurrir en situaciones del conflicto de interés o que afectan la integralidad del municipio.
r) Mantener indemne al municipio de Arauca frente a las reclamaciones judiciales y extrajudiciales por los daños y perjuicios que se deriven de los actos, omisiones o hechos ocasionados por las personas que sean subcontratadas o dependan del adjudicatario.
s) Las demás inherentes al objeto y a la ejecución del contrato.

2.7.2 DEL MUNICIPIO, además de las contenidas en el artículo 4 de la ley 80/93

a) Suministrar información necesaria, completa y oportuna para el desarrollo del objeto del contrato
b) Obrar de buena fe en el desarrollo del contrato.
c) Cancelar el valor del contrato en la forma y términos establecidos

2.8 SUPERVISION DEL CONTRATO

Para el control y vigilancia de la correcta ejecución del contrato, la administración municipal, supervisara el desarrollo del contrato a través de la **SECRETARIA DE AGRICULTURA, DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBLE MUNICIPAL** o el designado por la administración para tal fin

El contratista deberá respetar, facilitar y acatar los requerimientos y observaciones del supervisor. Los supervisores están autorizados para impartir instrucciones u órdenes al contratista sobre asuntos de su responsabilidad relacionados las actividades y este estará obligado a cumplirlas. Todas las comunicaciones u órdenes del interventor al contratista, serán expedidas o ratificadas por escrito. Serán funciones de la supervisión asegurar para el municipio. que el contratista cumpla con las obligaciones pactadas en el contrato, para su correcta ejecución en los aspectos técnicos y administrativos del mismo.
Los supervisores tendrán la responsabilidad de garantizar la optimización de los recursos y la calidad en la ejecución del contrato.

Así mismo, deberán presentar informes cuando se requieran sobre el estado y avance en la ejecución del contrato, de acuerdo al cronograma de entrega establecido,

2.9 ESPECIFICACIONES Y DESCRIPCION TECNICA DEL OBJETO CONTRACTUAL

A continuación se realiza la identificación técnica del objeto a contratar, que permiten establecer las condiciones y requisitos a exigir.

Ítem	COMPONENTES Y SUS ACTIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD
1	**COMPONENTE 1: DESARROLLO DE ACCIONES ENFOCADAS AL FORTALECIMIENTO DE CAPITAL HUMANO**		
1.1	Talleres teórico – práctico de fortalecimiento en mercadeo, ventas y servicio al cliente.	Taller	5
1.2	Talleres teórico – práctico de fortalecimiento en marketing digital	Taller	5
2	**COMPONENTE 2: FORMACION EN CONCIENCIA AMBIENTAL Y POSICIONAMIENTO DE MARCA**		
2.1	Talleres teórico – práctico de fortalecimiento en conciencia ambiental.	Taller	2
2.2	Talleres teórico – práctico de fortalecimiento en posicionamiento de marca.	Taller	3

DESCRIPCION DE COMPONENTES Y ACTIVIDADES A DESARROLLAR

COMPONENTE 1: DESARROLLO DE ACCIONES ENFOCADAS AL FORTALECIMIENTO DE CAPITAL HUMANO

El fortalecimiento del capital humano consiste en desarrollar acciones para mejorar las habilidades de los trabajadores y su compromiso con la empresa. Esto se logra a través de la formación, la motivación, y la creación de un entorno de trabajo favorable. El fortalecimiento del capital humano ayuda a las organizaciones a: Mantener altos estándares de calidad, Adaptarse a los cambios, Mejorar la retención de talento, Reducir costos asociados con la rotación de empleados, Innovar y adaptarse a los cambios del mercado. Para fortalecer el capital se requiere del desarrollo de las siguientes acciones:

- Capacitar a los empleados. Proporcionar formación adecuada para que los trabajadores puedan realizar sus tareas y aumentar su productividad.
- Mejorar la comunicación. Fomentar la comunicación interna y establecer canales efectivos.
- Desarrollar el talento: Invertir en el desarrollo profesional de los empleados.
- Crear un entorno motivador. Fomentar el compromiso y la productividad.
- Promover el trabajo en equipo: Profundizar el sentido de pertenencia y el espíritu de trabajo en equipo.
- Gestionar el desempeño: Evaluar el desempeño de los empleados y alinearlos con los objetivos de la organización.

Conforme a lo anterior se realizarán actividades de capacitación a empresarios, con el objetivo de mejorar la productividad, competitividad y rentabilidad de las MIPYMES a través de un plan de fortalecimiento, el cual se realizará teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Convocatoria y proceso de inscripción. Se realizará mediante invitación impresa, redes sociales como WhatsApp, Facebook o Messenger, entre otros, a los participantes de los diferentes sectores del ámbito empresarial del municipio de Arauca. Para adelantar la convocatoria de selección se utilizará una ficha de inscripción que proporcionará la información pertinente.

Desarrollo de la capacitación. Los talleres darán inicio previo cronograma de actividades. El capacitador desarrollará los talleres en un espacio adecuado brindando a los participantes una buena iluminación, ventilación, con ayudas técnicas y audiovisuales, así como los elementos necesarios.

Con el fin de garantizar la participación y permanencia durante el proceso de formación, los talleres deben ser dirigidos de manera práctica, didáctica y de fácil aprendizaje

Actividad 1.1. Talleres teórico - práctico de fortalecimiento en mercadeo, ventas y servicios al cliente

La actividad se desarrollará teniendo en cuenta lo relacionados con el mercado, las ventas y la atención al cliente y destaca la importancia de las necesidades de formar el capital humano para proveer un buen servicio al cliente y desarrollar estrategias para lograrlo.

En los talleres se les dará a conocer los conceptos básicos a los participantes en mercadeo y se realizarán prácticas, con el objetivo de generar apropiación del conocimiento en los participantes y que les permitieran desarrollar de manera eficaz sus emprendimientos empresariales.

En relación a la capacitación en ventas tiene como objetivo mejorar las habilidades del capital humano y lograr los objetivos comerciales. Es decir, que puedan enfocarse en desarrollar habilidades, que permitan que pequeña y mediana empresa crezca empresarial y productivamente.

Lo anterior permitirá comprender y entender que el cliente es su prioridad y que el conocimiento y aplicación de estrategias de servicio son piezas claves en la identificación de las necesidades de sus clientes, y comprender que ofrecer un servicio de excelencia es necesario y que se logra cuando todos como un grupo deciden adoptarlo y aplicarlo

Metodología a desarrollar en la zona urbana. Comprende el desarrollo de cinco (05) talleres teóricos – práctico distribuidos de la siguiente manera: tres (03) talleres prácticos de cuatro (04) horas cada uno y con una participación mínima de veinte (20) personas por cada taller y dos (02) talleres de tres (3,5) horas y media de clase teórica cada uno, con una participación mínima de veinte (20) personas por cada taller. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido.

Población a beneficiar. Corresponde a 100 empresarios de MiPymes del municipio de Arauca.

TEMATICA TEORICA:

- SEO (optimización de motores de búsqueda)
- Publicidad en línea
- Marketing de contenidos y Email Marketing.
- Marketing influencer, Marketing Móvil y Marketing redes sociales.
- UX (Experiencia de usuario).
- Marketing de video.

TEMATICA PRACTICA:

- Cuáles son las variables del entorno que pueden impactar su empresa
- Análisis de las MiPymes
- ¿Qué aspectos pueden afectar su negocio y como miniarlos?
- Análisis de la competencia y como aprender a identificar los competidores claves
- Análisis interno de la matriz de evaluación de factores internos
- Análisis y resultados de la matriz FODA

TEMÁTICA	CANTIDAD	HORAS	# DE PARTICIPANTES	TALENTO HUMANO	REFRIGERIOS
Taller teórico: ▪ SEO (optimización de motores de búsqueda)	2 talleres	3,5 horas por cada taller, para un total de 7 horas	20 personas por cada taller para un total de 40 personas	1 profesional con experiencia	21 refrigerios por taller para un total de

▪ Publicidad en línea ▪ Marketing de contenidos y Email Marketing. ▪ Marketing influencer, Marketing Móvil y Marketing redes sociales. ▪ UX (Experiencia de usuario). ▪ Marketing de video.				en la temática a realizar.	42 refrigerios
Taller práctico: ▪ Cuáles son las variables del entorno que pueden impactar su empresa ▪ Análisis de las MiPymes ▪ ¿Qué aspectos pueden afectar su negocio y como miniarlos? ▪ Análisis de la competencia y como aprender a identificar los competidores claves ▪ Análisis interno de la matriz de evaluación de factores internos ▪ Análisis y resultados de la matriz FODA	3 talleres	4 horas por cada taller, para un total de 12 horas	20 personas por cada taller para un total de 60 personas	1 profesional con experiencia en la temática a realizar.	21 refrigerios por taller para un total de 63 refrigerios

Perfil Profesional Capacitador: El perfil profesional de quien impartirá el taller teórico-práctico será en administración de empresas y/o afines, con experiencia profesional en capacitación empresarial, mercados, negocios, administración, gerencia, entre otros.

Servicio de refrigerio. Se deberá contar con refrigerios para los asistentes al evento, el refrigerio a entregar, será tipo ración preparada, no industrializada, y corresponde a:

ALIMENTOS	PRINCIPAL	BEBIDAS
Refrigerio	Picado de frutas	Malta o jugos en Tetra Pack
	Sándwich (jamón y queso)	
	Empanadas (carne, pollo o guiso)	

Los alimentos estarán debidamente empacados y servidos acorde a las normas de higiene y manipulación respectiva.

Productos a entregar:
Cinco (05) talleres teórico - practico de fortalecimiento en mercadeo, ventas y servicios al cliente

Soportes:
- ✓ Informe técnico del desarrollo del taller con conclusiones y recomendaciones
- ✓ Cien (100) microempresarios capacitados y certificados
- ✓ Registro de asistencia con enfoque diferencial
- ✓ Registro fotográfico

Actividad 1.2. Talleres teórico - práctico de fortalecimiento en marketing digital

Esta actividad consiste en la realización de talleres teórico-práctico que tiene como objetivo que los microempresarios del municipio de Arauca aprendan y se apropien de los conocimientos en marketing digital y conviertan sus unidades productivas en generadoras de empleos decentes.

Es decir, se busca es orientarlos sobre el manejo adecuado de las herramientas de Marketing aplicadas a iniciativas de desarrollo local, aplicando teorías y conocimientos básicos sobre marketing digital y que pueden ser usados para el fortalecimiento y promoción del o los productos y para desarrollar estrategias de Marketing.

Metodología a desarrollar en la zona urbana. Comprende el desarrollo de cinco (05) talleres teóricos – práctico distribuidos de la siguiente manera: tres (03) talleres prácticos de cuatro (04) horas cada uno y con una participación mínima de veinte (20) personas por cada taller y dos (02) talleres de tres (3,5) horas y media de clase teórica cada uno, con una participación mínima de veinte (20) personas por cada taller. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido.

Población a beneficiar. Corresponde a 100 empresarios de MiPymes del municipio de Arauca

TEMATICA TEORICA:
- Fundamentos de mercadeo, tipos de mercadeo y mercadeo digital
- Capacitación técnica en ventas y software de ventas
- Técnicas de prospección y negociación.
- Conocimiento del producto
- Investigación de mercados y conocimiento del consumidor
- Importancia del servicio al cliente y Habilidades de comunicación, estrategias de venta e identificación del cliente objetivo.
- Resolución de problemas y toma de decisiones, manejo de quejas y situaciones difíciles, discurso de ventas, cultura de servicio al cliente.

TEMATICA PRÁCTICA:
- Como crear estrategias de en marketing digital
  1. Identificar y desarrollar los buyer personas
  2. Identificar los objetivos y las herramientas de marketing digital

3. Evaluar los canales y materiales de marketing digital existentes
4. Planificar el contenido y publicidad de los medios propios (sitios web, redes sociales, etc).
5. Planifica los medios pagados (anuncios en buscadores, redes y más).

TEMÁTICA	CANTIDAD	HORAS	# DE PARTICIPANTES	TALENTO HUMANO	REFRIGERIOS
Taller teórico: ▪ Fundamentos de mercadeo, tipos de mercadeo y mercadeo digital ▪ Capacitación técnica en ventas y software de ventas ▪ Técnicas de prospección y negociación. ▪ Conocimiento del producto ▪ Investigación de mercados y conocimiento del consumidor ▪ Importancia del servicio al cliente y Habilidades de comunicación, Estrategias de venta e Identificación del cliente objetivo. ▪ Resolución de problemas y toma de decisiones, manejo de quejas y situaciones difíciles, discurso de ventas, cultura de servicio al cliente.	2 talleres	3,5 horas por cada taller, para un total de 7 horas	20 personas por cada taller para un total de 40 personas	1 profesional con experiencia en la temática a realizar.	21 refrigerios por taller para un total de 42 refrigerios
Taller práctico: ▪ Como crear estrategias de en marketing digital	3 talleres	4 horas por cada taller, para un total de 12 horas	20 personas por cada taller para un total de 60 personas	1 profesional con experiencia en la	21 refrigerios por taller para un total de 63 refrigerios

▪ Identificar y desarrollar los buyer personas ▪ Identificar los objetivos y las herramientas de marketing digital ▪ Evaluar los canales y materiales de marketing digital existentes ▪ Planificar el contenido y publicidad de los medios propios (sitios web, redes sociales, etc). Planifica los medios pagados (anuncios en buscadores, redes y más).				temática a realizar.	

Perfil Profesional Capacitador: El perfil profesional de quien impartirá el taller teórico-práctico será en administración de empresas y/o afines, con experiencia profesional en capacitación empresarial, mercados, negocios, administración, gerencia, entre otros.

Servicio de refrigerio. Se deberá contar con refrigerios para los asistentes al evento, el refrigerio a entregar, será tipo ración preparada, no industrializada, y corresponde a:

ALIMENTOS	PRINCIPAL	BEBIDAS
Refrigerio	Picado de frutas	Malta o jugos en Tetra Pack
	Sándwich (jamón y queso)	
	Empanadas (carne, pollo o guiso)	

Los alimentos estarán debidamente empacados y servidos acorde a las normas de higiene y manipulación respectiva.

Productos a entregar:
Cinco (05) talleres teórico - práctico de fortalecimiento en mercadeo, ventas y servicios al cliente

Soportes:
- ✓ Informe técnico del desarrollo del taller con conclusiones y recomendaciones
- ✓ Cien 100 microempresarios capacitados y certificados
- ✓ Registro de asistencia con enfoque diferencial
- ✓ Registro fotográfico

COMPONENTE 2: FORMACION EN CONCICNECIA AMBIENTAL Y POSICIONAMIENTO DE MARCA

Los procesos de formación en conciencia ambiental y posicionamiento de marca, están enfocados a adoptar prácticas sostenibles en el ámbito empresarial, siendo esta una responsabilidad ética hacia el medio ambiente y una estrategia que permita llevar a beneficios económicos, sociales y corporativos en determinada empresa.

Actividad 2.1. Talleres teórico - práctico de fortalecimiento en conciencia ambiental

Esta actividad consiste en la realización de talleres teórico-práctico en conciencia ambiental, tienen como objetivo aumentar la comprensión y sensibilización ambiental, así como fomentar la adopción de prácticas sostenibles con el ambiente, representando una gran oportunidad para las MiPymes de sensibilización y aprendizaje sobre la importancia de la conciencia ambiental.

Metodología a desarrollar en la zona urbana. Comprende el desarrollo de dos (02) talleres teóricos practico distribuido de la siguiente manera: un taller de tres (3,5) horas y media de clase teórica, con una participación mínima de veinte (20) personas. Y un taller práctico de cuatro (04) horas cada uno y con una participación mínima de veinte (20) personas por cada taller. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido.

Población a beneficiar. Corresponde a 40 empresarios de MiPymes del municipio de Arauca

TEMATICA:
- Importancia de la conciencia ambiental.
- Estrategias para fomentar la conciencia ambiental.
- Educación ambiental para el desarrollo sostenible.
- Como aumentar la conciencia ambiental
- Tipos de conciencia ambiental
- Dimensiones de la conciencia ambiental

TEMÁTICA	CANTIDAD	HORAS	# DE PARTICIPANTES	TALENTO HUMANO	REFRIGERIOS
Taller teórico - práctico: ▪ Importancia de la conciencia ambiental. ▪ Estrategias para fomentar la conciencia ambiental. ▪ Educación ambiental para el desarrollo sostenible. ▪ Como aumentar la conciencia ambiental ▪ Tipos de conciencia ambiental ▪ Dimensiones de la conciencia ambiental	2 talleres	Taller teórico de 3,5 horas	20 personas por cada taller para un total de 40 personas	1 profesional con experiencia en la temática a realizar.	21 refrigerios
		Taller práctico de 4 horas	20 personas por cada taller para un total de 40 personas	1 profesional con experiencia en la temática a realizar.	21 refrigerios

Perfil Profesional Capacitador: El perfil profesional de quien impartirá el taller teórico-práctico será en administración de empresas y/o afines, con experiencia profesional en capacitación empresarial, mercados, negocios, administración, gerencia, entre otros.

Servicio de refrigerio. Se deberá contar con refrigerios para los asistentes al evento, el refrigerio a entregar, será tipo ración preparada, no industrializada, y corresponde a:

ALIMENTOS	PRINCIPAL	BEBIDAS
Refrigerio	Picado de frutas	Malta o jugos en Tetra Pack
	Sándwich (jamón y queso)	
	Empanadas (carne, pollo o guiso)	

Los alimentos estarán debidamente empacados y servidos acorde a las normas de higiene y manipulación respectiva.

Productos a entregar:
Dos (02) talleres teórico - práctico de fortalecimiento en conciencia ambiental

Soportes:
- ✓ Informe técnico del desarrollo del taller con conclusiones y recomendaciones
- ✓ Cuarenta 40 microempresarios capacitados y certificados
- ✓ Registro de asistencia con enfoque diferencial
- ✓ Registro fotográfico

Actividad 2.2. Talleres teórico - práctico de fortalecimiento en posicionamiento de marca

Consiste en la realización de talleres teórico-práctico de fortalecimiento en posicionamiento de marca, ya que representan una gran oportunidad para las MiPymes de fortalecer sus capacidades y como una herramienta con la que puedan lograr optimización del tiempo y mejora en las ventas.

Las marcas se utilizan también para posicionar y fomentar las ventas, de ahí de la importancia en la elaboración de marcas, por cuanto la marca debe atraer al consumidor e inspirar confianza en los productos, bienes o servicios ofrecidos.

Metodología a desarrollar en la zona urbana. Comprende el desarrollo de tres (03) talleres teóricos – práctico distribuidos de la siguiente manera: dos (02) talleres prácticos de cuatro (04) horas cada uno, con una participación mínima de veinte (20) personas por cada taller y un (01) taller de tres (3,5) horas y media de clase teórica, con una participación mínima de veinte (20) personas. Para el desarrollo de cada taller se dispondrá de un espacio y/o auditorio adecuado con buenas condiciones de ventilación e iluminación, equipos tecnológicos y sonido.

Población a beneficiar. Corresponde a 60 empresarios de MiPymes del municipio de Arauca

TEMATICA TEORICA:
- Qué es y elementos para el posicionamiento de marca.
- Pasos para el posicionamiento de marca.
- caso práctico de posicionamiento de marca.
- Creatividad en los procesos de diseño de marca, asociado con el concepto o promoción del producto a servicio
- Visión estratégica de negocio a través de la gestión y posicionamiento del derecho de marca.

TEMATICA PRACTICA:
- Diseño de marca, asociado con el concepto o promoción del producto a servicio
- Análisis general
- Análisis de la identidad

- Análisis de la imagen
- Comparación y resultados
- Visión estratégica de negocio a través de la gestión y posicionamiento del derecho de marca.

TEMÁTICA	CANTIDAD	HORAS	# DE PARTICIPANTES	TALENTO HUMANO	REFRIGERIOS
Taller teórico: ▪ Qué es y elementos para el posicionamiento de marca. ▪ Pasos para el posicionamiento de marca. ▪ caso práctico de posicionamiento de marca. ▪ Creatividad en los procesos de diseño de marca, asociado con el concepto o promoción del producto a servicio ▪ Visión estratégica de negocio a través de la gestión y posicionamiento del derecho de marca.	1 taller	3,5 horas por el taller	20 personas	1 profesional con experiencia en la temática a realizar.	21 refrigerios en total
Taller práctico: ▪ Diseño de marca, asociado con el concepto o promoción del producto a servicio Análisis general Análisis de la identidad Análisis de la imagen Comparación y resultados ▪ Visión estratégica de negocio a través de la gestión y posicionamiento del derecho de marca.	2 talleres	4 horas por cada taller, para un total de 8 horas	20 personas por cada taller para un total de 40 personas	1 profesional con experiencia en la temática a realizar.	21 refrigerios por taller para un total de 42 refrigerios

Perfil Profesional Capacitador: El perfil profesional de quien impartirá el taller teórico-práctico será en administración de empresas y/o afines, con experiencia profesional en capacitación empresarial, mercados, negocios, administración, gerencia, entre otros.

Servicio de refrigerio. Se deberá contar con refrigerios para los asistentes al evento, el refrigerio a entregar, será tipo ración preparada, no industrializada, y corresponde a:

ALIMENTOS	PRINCIPAL	BEBIDAS
Refrigerio	Picado de frutas	Malta o jugos en Tetra Pack
	Sándwich (jamón y queso)	
	Empanadas (carne, pollo o guiso)	

Los alimentos estarán debidamente empacados y servidos acorde a las normas de higiene y manipulación respectiva.

Productos a entregar:
Tres (03) talleres teórico - práctico de fortalecimiento en posicionamiento de marca.

Soportes:
- ✓ Informe técnico del desarrollo del taller con conclusiones y recomendaciones
- ✓ Sesenta 60 microempresarios capacitados y certificados
- ✓ Registro de asistencia con enfoque diferencial
- ✓ Registro fotográfico

Las actividades relacionadas fueron ajustadas a los requerimientos vigentes, especificaciones técnicas y soportes incluidos en el ajuste solicitado; para lo cual se adjunta el estudio de mercados, presupuesto, cronograma y viabilidad técnica para su respectiva aprobación.

3. LA MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACION.

3.1 LA MODALIDAD DE SELECCIÓN

La modalidad corresponde a selección de mínima cuantía

3.2 JUSTIFICACION DE LA MODALIDAD DE SELECCIÓN

Teniendo en cuenta el presupuesto oficial asignado para este proceso el cual no supera el 10% de la menor cuantía, es claro para la entidad que el presente proceso se adelantara bajo la modalidad de selección de mínima cuantía consagrado en el artículo 30 de la ley 2069 de 2020, MIPYMES y mínima cuantía.

Con base en el valor certificado del presupuesto del municipio de Arauca para la vigencia fiscal 2024, este se ubica dentro del rango contemplado en el parágrafo 4 "(...) **Las que tengan un presupuesto anual superior o igual a 120.000 salarios mínimos legales mensuales e inferior a 400.000 salarios mínimos legales mensuales (...)".** Ahora en cuanto a la mínima cuantía, el artículo 30 de la ley 2069 de 2020 señala: "Contratación mínima cuantía. La contratación cuyo valor no excede del 10 por ciento de la menor cuantía de la entidad independientemente de su objeto..."

De conformidad con lo anterior, el Municipio de Arauca mediante Decreto 002 del 10 de enero del 2025, se estableció como cuantía máxima para la contratación por selección de Minina Cuantía para la

vigencia 2025 en SESENTA Y CUATRO MILLONES CINCUENTA Y SIETE MIL QUINIENTOS ($64.057.500,00); Se tiene que para el presente proceso, el presupuesto oficial que asciende a **"CUARENTA MILLONES DE PESOS ($40.000.000,00) M/CTE"**, para lo cual no supera el tope máximo establecido, permitiendo indicar que el presente proceso corresponde a selección de mínima cuantía.

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

4.1 VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

La administración municipal ha estimado como presupuesto oficial del presente proceso de selección, la suma de **"CUARENTA MILLONES DE PESOS ($40.000.000) MCTE"**. Las propuestas que superen el presupuesto oficial no serán admisibles.

RUBRO	FUENTE DE RECURSO	CDP	VALOR
2.3.2.02.02.009.3502.03	002.1.2.1.0.00 ingresos corrientes de libre destinación. ICLD - RECURSOS PROPIOS	No.CDP0801 del 05 de agosto de 2025.	**$40.000.000,00**

4.2 ANALISIS DEL ESTUDIO DE PRECIOS DEL MERCADO

Considerando las consultas al SECOP I y II, la búsqueda de procesos y precios del sector para cada componente y el respectivo análisis para verificar la existencia de criterios de economía y eficiencia, el sistema permite identificar algunos de los precios a los cuales los oferentes pueden prestar el servicio unitario a contratar desde una perspectiva relativa, proporcional o aproximada a las especificaciones del objeto en evaluación.

Por la naturaleza del mercado, el objeto del contrato y aplicando los principios de transparencia y economía, se procedió a realizar el correspondiente estudio de mercado con el fin de determinar el valor estimado del presupuesto oficial y el promedio objeto del presente proceso.

De este modo, para establecer el valor estimado se consultaron los precios mediante la solicitud de tres cotizaciones, estableciendo el promedio aritmético para establecer los precios de los bienes; por lo que a continuación relacionamos el resultado del análisis realizado:

ITEM	ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COTIZACION 1	COTIZACION 2	COTIZACION 3	VALOR UNITARIO PROMEDIO
1	COMPONENTE 1: DESARROLLO DE ACCIONES ENFOCADAS AL FORTALECIMIENTO DE CAPITAL HUMANO						
1.1	Talleres teórico - practico de fortalecimiento en mercadeo, ventas y servicios al cliente	Taller	1	$ 2.671.480,00	$ 2.698.740,00	$ 2.807.780,00	$ 2.726.000,00
1.2	Talleres teórico - practico de fortalecimiento en marketing digital	Taller	1	$ 2.584.260,00	$ 2.610.630,00	$ 2.716.110,00	$ 2.637.000,00
2	COMPONENTE 2. FORMACION EN CONCICNECIA AMBIENTAL Y POSICIONAMIENTO DE MARCA						
2.1	Talleres teórico - practico de fortalecimiento en conciencia ambiental	Taller	1	$ 2.584.260,00	$ 2.610.630,00	$ 2.716.110,00	$ 2.637.000,00
2.2	Talleres teórico - practico de fortalecimiento en posicionamiento de marca	Taller	1	$ 2.584.260,00	$ 2.610.630,00	$ 2.716.110,00	$ 2.637.000,00

4.3 CUADRO VALOR DE LA PROPUESTA

Ítem	COMPONENTES Y SUS ACTIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	**COMPONENTE 1: DESARROLLO DE ACCIONES ENFOCADAS AL FORTALECIMIENTO DE CAPITAL HUMANO.**				
1.1	Talleres teórico – práctico de fortalecimiento en mercadeo , ventas y servicio al cliente.	Taller	5	$ 2.726.000,00	$ 13.630.000,00
1.2	Talleres teórico – práctico de fortalecimiento en marketing digital	Taller	5	$ 2.637.000,00	$ 13.185.000,00
2	**COMPONENTE 2: FORMACION EN CONCIENCIA AMBIENTAL Y POSICIONAMIENTO DE MARCA**				
2.1	Talleres teórico – práctico de fortalecimiento en conciencia ambiental.	Taller	2	$ 2.637.000,00	$ 5.274.000,00
2.2	Talleres teórico – práctico de fortalecimiento en posicionamiento de marca.	Taller	3	$ 2.637.000,00	$ 7.911.000,00
	VALOR TOTAL				**$ 40.000.000,00**

5. LOS CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MAS FAVORABLE

El procedimiento de selección del contratista está sometido a los principios de transparencia, selección objetiva e igualdad de derechos y oportunidades de los que se deriva la obligación de someter a todos los oferentes a las mismas condiciones definidas en la ley, de conformidad a lo anterior y en cumplimiento a lo establecido en el decreto 0063 de 2021, los criterios para seleccionar la oferta más favorable para la entidad, serán responsabilidad de la oficina Asesora Jurídica y la Secretaria de Hacienda del Municipio de Arauca si a ello hubiere lugar, los cuales serán establecidos en el pliego de condiciones, donde la oferta más favorable será aquella que, teniendo en cuenta los factores técnicos y económicos de escogencia y la ponderación precisa y detallada de los mismos contenida en los pliegos de condiciones o sus equivalentes, resulte ser la más ventajosa para la entidad, sin que la favorabilidad la constituyan factores diferentes a los contenidos en dichos pliegos.

6. ANALISIS DE RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO

Cumpliendo con lo expresado en la ley, y con base al desarrollo legal, sobre el principio de ecuación contractual, los riesgos previsibles que puedan afectar la equivalencia económica del contrato que llegare a adjudicarse, obedecen a riesgos normales que se imputan exclusivamente al contratista afectado.

Por lo anterior se consolido el análisis de riesgos conforme a las tablas establecidas en el citado manual, contenidas en el documento ver anexo 1 denominado " MATRIZ DE RIESGO", el cual hace parte integral del presente estudio.

7. GARANTIAS QUE LA ENTIDAD ESTATAL CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACION

7.1 FASE CONTRACTUAL

Con el fin de garantizar las obligaciones surgidas del contrato, las cuales deben mantenerse vigentes durante su vida y liquidación, ajustadas a los limites, existencia y extensión del riesgo amparado, debe constituirse como mecanismo de cobertura del riesgo una póliza de seguros tal como lo establece el art 2.2.1.2.3.1.2 del decreto 1082 de 2015.

CUMPLIMIENTO GENERAL DEL CONTRATO Y EL PAGO DE MULTAS Y SANCIONES, con un valor asegurado del veinte por ciento (20%) del valor del contrato, por su termino de duración y seis (6) meses más, incluyendo en ellas el pago de multas y clausula penal pecuniaria. El amparo de cumplimiento del contrato cubrirá a la entidad estatal contratante de los perjuicios directos derivados del incumplimiento total o parcial de las obligaciones nacidas del contrato, asi como los perjuicios causados a la entidad estatal como consecuencia de la conducta dolosa o culposa, o de la responsabilidad imputable a los particulares, derivados de un proceso de responsabilidad fiscal. En todo caso el presente amparo deberá permanecer vigente hasta la liquidación del contrato, conforme a lo establecido en el artículo 2.2.1.2.3.1.12 del decreto 1082 de 2015.

- **CALIDAD DEL SERVICIO:** Que cubre al municipio de Arauca de los perjuicios imputables al contratista garantizado que surjan con posterioridad a la terminación del contrato y que se deriven de la mala calidad del servicio prestado, teniendo en cuenta las condiciones pactadas en el contrato, con cun valor asegurado del veinte por ciento (20%), del valor total del contrato, por el termino de ejecución del mismo y un (1) año más.

- **CALIDAD DEL BIEN:** Este amparo que cubre al municipio de Arauca de los perjuicios imputables al contratista garantizado que surjan con posterioridad a la terminación del contrato y que se deriven de la mala calidad del servicio prestado, teniendo en cuenta las condiciones pactadas en el contrato, con un valor asegurado del veinte por ciento (20%), del valor total del contrato, por el termino de duración y un (1) año más Art 2.2.1.2.3.1.15 del decreto 1082 de 2015

- **GARANTÍA BUEN MANEJO Y CORRECTA INVERSIÓN DEL ANTICIPO**: por un valor equivalente al cien por ciento (100%) del valor del anticipo con una vigencia igual al término del contrato y seis (6) meses más de igual manera deberá mantenerse vigente hasta la etapa de liquidación del contrato, artículo 2.2.1.2.3.1.11 del Decreto 1082 de 2015.

- **PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES LABORALES:** Este amparo protege al personal vinculado para la ejecución del contrato, por una cuantía equivalente al diez (10%) por ciento del valor del presente contrato y un término igual al plazo de ejecución más tres (3) años más. Artículo 2.2.1.2.3.1.13 del Decreto 1082 de 2015.

INDEMNIDAD:
El contratista deberá mantener indemne al municipio de Arauca de toda reclamación, demanda, acciones legales o similares, originadas en reclamaciones de terceros, que tengan como causa toda acción u omisión del contratista, subcontratista o dependientes a su cargo y que con ellas haya ocasionado daños, lesiones y/o perjuicios a terceros durante la ejecución del contrato.

Así mismo, el municipio de Arauca podrá hacer uso de la cláusula penal pecuniaria y de la cláusula de multas en caso de presentarse alguna irregularidad en la ejecución contractual pudiendo acudir incluso al ejercicio de las potestades excepcionales que se pacten dentro del texto contractual. En cualquier evento en que se aumente el valor del contrato o se prorrogue su vigencia, deberá ampliarse o prorrogarse la correspondiente garantía. La aseguradora, responderá al municipio por el pago de todas las sumas que sean exigibles al contratista, por razón del incumplimiento de cualquiera de las obligaciones derivadas del contrato. El municipio de Arauca se reserva el derecho de verificar la autenticidad de la garantía única de cumplimiento a favor de entidades estatales.

8. LA INDICACION DE SI EL PROCESO DE CONTRATACION ESTA COBIJADO POR UN ACUERDO COMERCIAL

De acuerdo a lo estipulado en el Artículo 2.2.1.2.4.1.1 y siguientes del Decreto 1082 de 2015 y de conformidad a los lineamientos fijados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación en el documento "Manual explicativo de los capítulos de contratación pública de los acuerdos comerciales negociados por Colombia para entidades contratantes" se concluye que la contratación a celebrar se encuentra excluida de la aplicación de Acuerdos Comerciales vigentes..

9. CERTIFICACIÓN PLAN ANUAL DE ADQUISICIONES

Que la presente contratación se encuentra incluida en el Plan Anual de Adquisiciones 2024.

10. DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

En mi calidad de responsable de la estructuración del estudio en el cual se analizó la conveniencia y oportunidad para realizar la presente contratación, con la suscripción de esta declaración, manifiesto que es perentoria la realización de este proceso y por tal razón la única forma de resolver la necesidad es mediante la contratación propuesta.

En los anteriores términos, se presenta el estudio previo de necesidad, conveniencia, oportunidad.

Atentamente,

RCS (E) 810 28-03-25

NANCY MARELVIS PEÑA HIDALGO
SECRETARIA DE AGRICULTURA Y DESARROLLO SOSTENIBLE MUNICIPAL