SUBGERENCIA QUE PROYECTA: SUBGERENCIA COMERCIAL Y OPERATIVA

FECHA: SEPTIEMBRE DE 2025

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

La Lotería de Boyacá es una Empresa Industrial y Comercial del Departamento de Boyacá, dotada de personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, cuyo objeto es generar recursos financieros para transferir al sector salud, de acuerdo con la Constitución, la Ley, Acuerdos y Estatutos.

Para cumplir con su objeto social, la Lotería opera de manera directa el juego de lotería tradicional o de billetes y, mediante concesión, el juego de chance, todo lo anterior con sujeción a lo dispuesto en la Ley 643 de 2001 "Por la cual se fija el régimen propio del monopolio rentístico de juegos de suerte y azar", decretos reglamentarios y demás actos administrativos emitidos por organismos de control y regulación.

Que en el plan estratégico institucional adoptado mediante resolución N° 0517 de fecha 29 de noviembre de 2024 "LA SUERTE QUE HACE GRANDE A COLOMBIA", en armonía con el Plan Departamental de Desarrollo de Boyacá "NUESTRO GRAN PLAN ES BOYACÁ 2024-2027", encaminado al cumplimiento de su objetivo principal que es "transformar la vida de las y los boyacenses a partir de un modelo de desarrollo enfocado en el aumento de la competitividad, el empleo y el ingreso; la reducción de brechas sociales y las barreras a la participación efectiva en sociedad; la erradicación de todas las formas de violencia y la reducción y redistribución de la carga del cuidado; la garantía a toda la población boyacense de la inclusión, el acceso efectivo a bienes y servicios sociales, la seguridad y el ejercicio de sus derechos y su libertad; el reconocimiento de la diversidad de nuestro territorio y nuestra población; la conservación de la naturaleza y sus servicios ecosistémicos y la convergencia regional".

En la Ordenanza 009 de 2024 "POR LA CUAL SE ADOPTA EL PLAN DEPARTAMENTAL DE DESARROLLO DE BOYACÁ - NUESTRO GRAN PLAN ES BOYACÁ 2024-2027" Artículo 6°-Capítulo II - se estableció la estrategia de desarrollo "TIERRA PARA CRECER Y PRODUCTIVA", donde participa la Lotería de Boyacá en la Dimensión de Desarrollo, mayor autonomía fiscal; siendo la Lotería de Boyacá, una Empresa Industrial y Comercial del Estado que se ha posicionado como líder en el mercado de los Juegos de Suerte y Azar, ocupando uno de los primeros lugares en ventas con relación a las demás Loterías del país, tiene un alto potencial de aceptación nacional en las zonas de Bogotá, Cundinamarca, Eje Cafetero, Meta, Tolima, Huila, Boyacá, Antioquia, Santander, Norte de Santander, Costa Atlántica, Nariño, Caquetá, Cauca, Valle del Cauca y demás territorios nacionales, por su transparencia, responsabilidad y cumplimiento en el pago de premios a ganadores y las transferencias a la salud de los colombianos. Estas importantes transferencias de recursos para el sector salud, generados por la explotación y comercialización de juegos de suerte y azar, lograron ser uno de los primeros en transferencias a la salud del país. La meta establecida para el cuatrienio 2020-2023 fue de $92.792.129.179, pero teniendo en cuenta el incremento de las ventas, las trasferencias ascendieron a $125.206.319.015, alcanzando un crecimiento adicional del 34% sobre la meta proyectada. El 33% de la billetería de la Lotería de Boyacá se comercializa en Bogotá y Cundinamarca, una de las potencialidades de la empresa, es que la comercialización se hace a través de 91 distribuidores a nivel nacional con 260 puntos y más de 10.000

vendedores a nivel nacional, de los cuales 8 lo comercializan por el canal en línea, internet o virtual. (Lotería de Boyacá).

La subgerencia comercial y operativa tiene como propósito principal Direccionar, Administrar, supervisar y responder por la ejecución de la política comercial y operativa de la Lotería de Boyacá, aplicando estrategias de mercado que permitan la efectividad en la venta de los productos ofrecidos por la empresa; en este sentido dentro de estas estrategias orientadas a fortalecer la comercialización, distribución y posicionamiento de la entidad en el mercado, así como asegurar la adecuada planeación y control de los procesos operativos asociados a la emisión, distribución y sorteo de billetes; surge la necesidad de hacer presencia en los distintos actos y eventos masivos a los que es invitada la Lotería de Boyacá, en el desarrollo de las actividades artísticas, culturales, musicales y deportivas con los delegados que ha estas asistan.

Es así, que la Lotería de Boyacá, en ejecución de su finalidad y actividad principal, resaltando la importancia de la dinámica comercial a través del Plan Operativo de Comercialización 2025 ESTRATEGIA 13- tiene como objetivo la implementación de estrategias comerciales y tecnológicas, para el posicionamiento de la marca Lotería de Boyacá, aumentando la búsqueda de nuevos nichos de mercado con el propósito de incrementar las transferencias a la salud de los boyacenses y colombianos y de esta manera cumplir con la misión de la Entidad.

En búsqueda de promocionar los sorteos ordinarios y extraordinarios a través de publicidad de toda clase, la Lotería de Boyacá considera necesario, viable y oportuno participar con el fin de posicionar su marca, en el desarrollo de las actividades artísticas, culturales, musicales y deportivas a las que ha sido invitada, y que se desarrollan en los diferentes municipios del país a nivel departamental y nacional, consecuencia de esto es una muy buena oportunidad de negocio para la marca, en la medida que este tipo de promoción es más eficaz a largo plazo y crea un lazo más fuerte con los clientes ya que llega directamente a una gran variedad de audiencia participativa.

En búsqueda del objetivo principal de reconocimiento de la empresa, los eventos masivos son espacios, que permitirán llegar a un gran numero de personas que asisten, así como a los medios de comunicación de amplia circulación que cubren dichos eventos, que sirvan como vitrina promocional.

Que, en cumplimiento de lo manifestado anteriormente la Lotería de Boyacá en cabeza de la Subgerencia Comercial y Operativa haciendo uso de las estrategias de mercadeo, considera necesario para la efectiva promoción, difusión, divulgación, y muestra de la marca, contratar servicios publicitarios en el en el marco del 51º Concurso Nacional de Bandas Musicales que se realizará en la ciudad de Paipa del 2 al 5 de octubre, lo cual sirve como vitrina promocional, reuniendo en un solo espacio a gran número de personas que puedan visibilizar la publicidad de la Entidad. Lo anterior surge a consecuencia de la inminente necesidad de posicionar de manera efectiva la marca Lotería de Boyacá ante nuevos nichos de mercado, generando identificación de esta, en el mayor número de población que sea posible.

El acceso libre al público se convierte en un mecanismo altamente efectivo para publicitar la marca y dar a conocer todas las modalidades de juegos de suerte y azar que se realizan. Así entonces, lo que se busca dentro de la estrategia comercial es direccionada a participar en los distintos eventos, para lograr reconocimiento por los asistentes; conforme a lo manifestado anteriormente se determina hacer parte de este magno evento con alta

popularidad a nivel departamental y nacional.

Que, participar en este tipo de eventos es viable para resaltar la marca de la Lotería de manera efectiva a los nichos de mercado, por considerarse una estrategia de vital importancia en pro de promocionar sus productos, a mayor población, generando familiaridad, confiabilidad y presencia de la misma, aumentando así los niveles de ventas efectivas.

Lo anterior, se encuentra contemplado en el Plan Anual de Adquisiciones vigencia 2025, con una apropiación presupuestal del rubro 245020801- Publicidad, debido a que este está destinado a que los recursos del mismo cubran lo correspondiente a contratación de espacios y material publicitario aumentando así la credibilidad, imagen, prestigio, posicionamiento de la marca.

Por las razones anteriores y de conformidad con las estrategias adoptadas por la Lotería de Boyacá, la Subgerencia Comercial y Operativa ve la oportunidad de contratar **SERVICIOS PUBLICITARIOS EN EL MARCO DEL 51º CONCURSO NACIONAL DE BANDAS MUSICALES QUE SE REALIZARÁ EN LA CIUDAD DE PAIPA DEL 2 AL 5 DE OCTUBRE PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y/O CAMPAÑAS DE LA LOTERÍA DE BOYACÁ.**

2. ESTUDIO DEL SECTOR:

A. ASPECTOS GENERALES

La publicidad es un instrumento de comunicación estratégica que busca influir en las decisiones de consumo mediante la divulgación de mensajes sobre productos, servicios o marcas, con el propósito de captar la atención del público objetivo, generar recordación e incentivar la compra. Más allá de la simple promoción comercial, la publicidad también cumple funciones sociales y culturales, pues moldea percepciones, construye confianza y fortalece la relación entre las organizaciones y sus grupos de interés.

La publicidad en el sector de las loterías constituye una herramienta estratégica para fortalecer el posicionamiento de marca, incentivar la compra de billetes y consolidar la confianza del consumidor en el juego legal. Este tipo de publicidad debe responder a un enfoque institucional y comercial, en el que se resalte no solo el atractivo del plan de premios, sino también el impacto social derivado de las transferencias que estas entidades realizan al sector salud.

La publicidad de las loterías integra canales tradicionales y digitales: medios impresos, radio, televisión, vallas y perifoneo en los ámbitos regionales, complementados con campañas en redes sociales, páginas web y marketing digital para alcanzar públicos más amplios y jóvenes. Su estrategia suele orientarse a resaltar los premios, generar confianza y destacar el valor social de apoyar la salud pública al comprar un billete.

De igual forma, la publicidad en este sector debe cumplir con criterios de transparencia, claridad y responsabilidad, evitando mensajes engañosos y garantizando que el consumidor identifique fácilmente la autenticidad del producto.

CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA LOTERÍA DE BOYACÁ

la Lotería ha desarrollado estrategias de visibilidad y recordación mediante la contratación de espacios publicitarios físicos y digitales, presencia en medios de comunicación, activaciones comerciales y participación en eventos artísticos, culturales y deportivos. Estas acciones no

solo promueven la marca y refuerzan la confianza en el mercado formal, sino que también aportan al desarrollo cultural y social del país, fortaleciendo la conexión emocional con su audiencia y consolidando a la Lotería de Boyacá como un referente nacional.

Visibilidad de la marca: Al participar en eventos con alta afluencia de público, la Lotería de Boyacá logra posicionarse frente a una audiencia amplia y diversa, incrementando su reconocimiento en diferentes regiones del país. Esta presencia no solo refuerza la recordación de la marca, sino que también genera cercanía con los consumidores, promueve la confianza en el juego legal y proyecta una imagen institucional sólida y comprometida con la cultura, el entretenimiento y el bienestar social. Además, estas acciones permiten diferenciar a la Lotería de Boyacá de sus competidores, consolidándola como una marca líder y representativa en el sector de juegos de suerte y azar en Colombia.

Asociación cultural: La presencia en eventos artísticos, culturales y deportivos asocia la marca con valores como la creatividad, la identidad regional y el respaldo a la cultura, fortaleciendo su percepción positiva entre los ciudadanos y potenciando la compra del billete de la Lotería de Boyacá. Este tipo de participación contribuye, además, a proyectar a la entidad como un actor comprometido con el desarrollo cultural del país, generando cercanía emocional con la comunidad y diferenciándose de la competencia al integrar la tradición y el entretenimiento con un propósito social: transferir recursos a la salud pública.

Promoción de la lotería como parte del patrimonio: Al vincularse con manifestaciones culturales tradicionales, la marca refuerza su papel histórico y social, especialmente en un contexto regional como Boyacá, conocido por su riqueza cultural, y el gran reconocimiento histórico que tiene la marca lotería al cumplir 102 años.

IMPORTANCIA PARA LA VENTA DE BILLETES

La vinculación de la Lotería de Boyacá con eventos culturales, artísticos y deportivos constituye una estrategia clave para fortalecer la venta de billetes, ya que permite conectar la marca con escenarios de alta visibilidad y generar una relación de cercanía con diversos públicos.

Aumento en la intención de compra: La asociación de la marca Lotería de Boyacá con manifestaciones culturales reconocidas incrementa la percepción de confianza, legitimidad y credibilidad hacia la Lotería, motivando al público a adquirir billetes y participar en los sorteos. Una herramienta efectiva en este punto es la difusión de historias de ganadores, que humanizan el producto y refuerzan la idea de cumplimiento y transparencia.

Segmentación del público: Los eventos culturales y festivos posibilitan identificar y atraer nuevos segmentos de mercado, como jóvenes interesados en la cultura, turistas nacionales e internacionales o públicos regionales, ampliando de esta manera la base de compradores y fortaleciendo la fidelización.

Promoción directa: La presencia institucional en estos espacios permite implementar estrategias promocionales en tiempo real, como sorteos especiales, descuentos o ventas in situ, generando un impacto inmediato en las cifras de comercialización y aumentando la recordación de la marca.

Eventos como plataforma de lanzamiento: Estos escenarios constituyen vitrinas ideales para anunciar sorteos especiales o modificaciones en la dinámica de premios, generando expectativa y mayor participación del público. Un ejemplo es el Sorteo Extraordinario de Navidad, que aprovecha la masiva atención de las festividades para potenciar ventas.

Alianzas estratégicas: En eventos de gran afluencia, la Lotería puede articularse con artistas, grupos culturales o instituciones regionales, desarrollando campañas conjuntas que fortalezcan el mensaje institucional y refuercen el impacto de la publicidad.

Presencia en medios: La cobertura mediática derivada de estos eventos amplifica el alcance de los mensajes promocionales, logrando que la comunicación sobre sorteos y campañas institucionales llegue a públicos mucho más amplios y diversos.

Este tipo de estrategias cobra especial relevancia, ya que Colombia es un país de ferias y fiestas, con más de 4.000 celebraciones al año en todo el territorio nacional. Boyacá, en particular, se distingue por la riqueza de sus festividades y tradiciones, con eventos que abarcan desde conmemoraciones patrióticas como la Batalla del Puente de Boyacá, hasta actividades culturales y artísticas de gran impacto como el Festival Internacional de la Cultura de Boyacá (FIC), celebraciones religiosas como la Fiesta de la Virgen del Carmen, y campeonatos deportivos en diferentes municipios. Estas festividades representan escenarios estratégicos para la Lotería de Boyacá, al integrarse con la identidad cultural del departamento y proyectarse como un actor relevante en el desarrollo social y comunitario.

B. ESTUDIO DE LA DEMANDA.

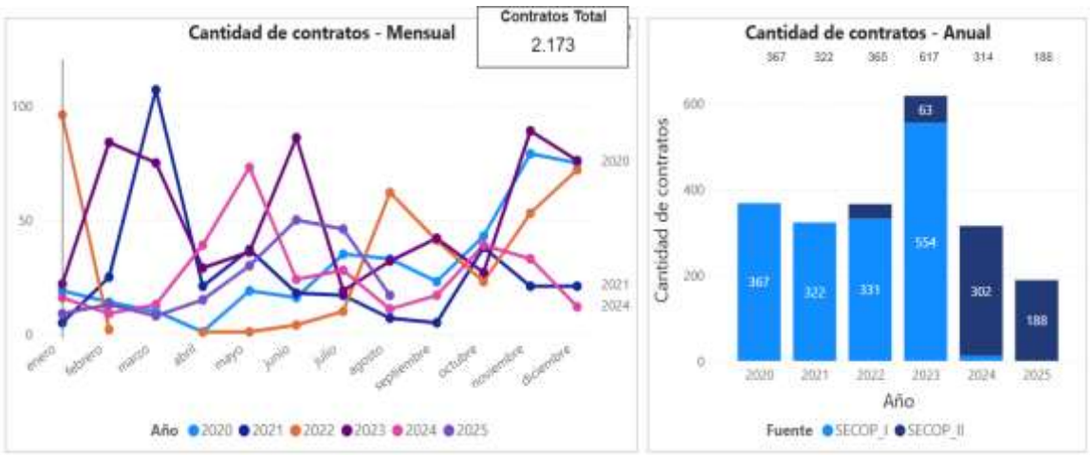
En cumplimiento del principio de planeación consagrado en el Manual de Contratación de la Lotería de Boyacá (Acuerdo 010 de 2022 y su modificatorio 2025), y conforme al formato institucional RGA-10 de Estudios Previos, la Subgerencia Comercial y Operativa de la entidad adelantó el presente estudio de sector, con el propósito de verificar las condiciones del mercado y sustentar la pertinencia y razonabilidad de la contratación proyectada. Para tal efecto, se consultó la información de los sistemas SECOP I y SECOP II, aplicando filtros de rango de años (2020 a 2025), entidades comparables (loterías de Bogotá, Boyacá, Cauca, Huila, Meta, Quindío, Risaralda, Santander, Medellín, Bolívar, Nariño, Cúcuta, Tolima y Cundinamarca) y códigos UNSPSC 821015, 821016, 821018 correspondientes a Publicidad impresa, publicidad difundida y Servicios de agencia de publicidad. Adicionalmente, se hizo uso de la herramienta de visualización para el análisis de la demanda y la oferta de Colombia Compra Eficiente, lo que permitió identificar el comportamiento histórico del gasto, el número de contratos y la tendencia de precios en el sector, asegurando así un análisis integral que soporte la modalidad de selección y el valor estimado del contrato para la vigencia 2025.

Gráfico 1: Comportamiento del gasto mensual y anual



El gráfico de análisis de la demanda evidencia que entre 2020 y 2025 las loterías departamentales han mantenido un gasto sostenido en publicidad, con picos en meses y años de campañas especiales (2023 y 2024). El acumulado de $36.132 millones confirma que la publicidad es un insumo estratégico recurrente en el sector, indispensable para posicionar la marca, aumentar ventas y garantizar las transferencias al sector salud, en coherencia con la misionalidad de la Lotería de Boyacá.

Gráfico 2: Comportamiento en el número de contratos mensual y anual



El gráfico de cantidad de contratos evidencia que entre 2020 y 2025 se han celebrado 2.173 procesos en materia de publicidad, con picos relevantes en marzo, junio, octubre y diciembre, meses en los que las entidades intensifican sus campañas para aprovechar coyunturas comerciales y eventos de alto impacto. A nivel anual, el mayor número de contratos se dio en 2023 con 617 procesos, seguido de 2020 con 367, mientras que 2025 registra hasta el momento 188 contratos por estar en curso la vigencia. Este comportamiento demuestra que la contratación de servicios publicitarios se ha consolidado como una actividad constante en las loterías, respondiendo a la necesidad de mantener presencia en el mercado y fortalecer las ventas. A través de estas inversiones, las entidades aseguran mayor visibilidad de sus productos y logran dinamizar los ingresos que posteriormente se transfieren al sector salud, contribuyendo así al cumplimiento de su función social.

Gráfico 3: Origen de proveedores y Modalidad de Selección



El gráfico de origen de proveedores muestra que la totalidad de los contratos en publicidad se adjudican a proveedores de origen nacional, con un volumen cercano a los 2.000 procesos

y un valor superior a los $20 mil millones, lo que evidencia que este mercado es abastecido principalmente por empresas locales especializadas en material y servicios publicitarios.

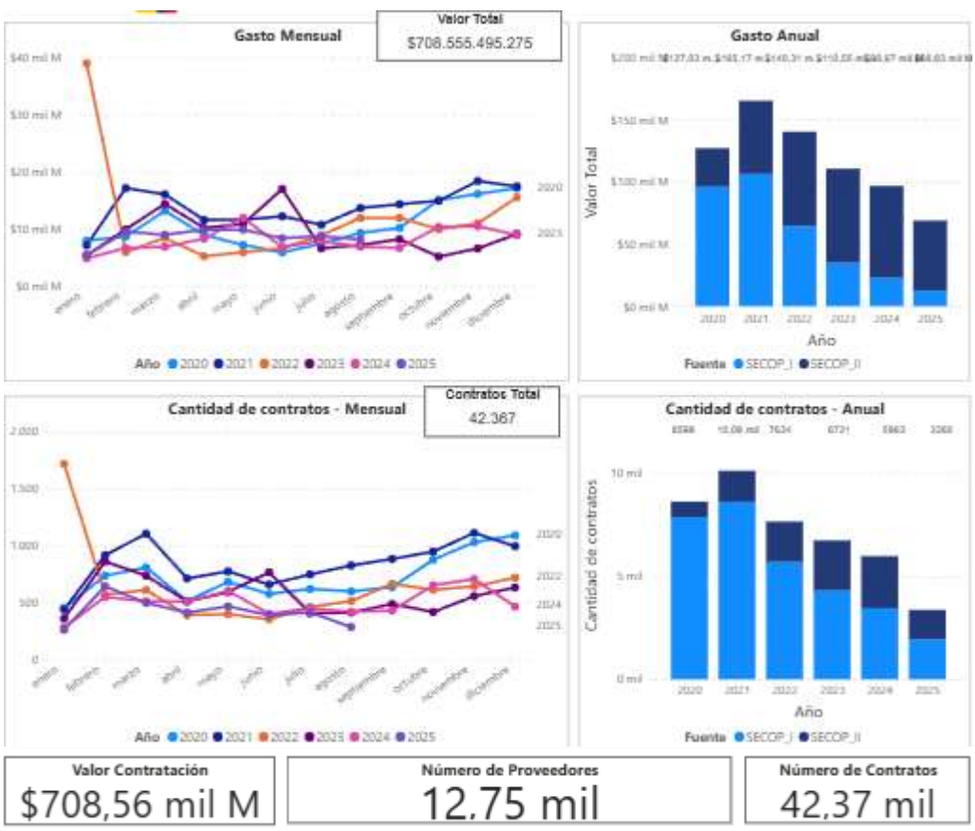
Por su parte, el análisis de la modalidad de selección indica que la mayor parte del valor contratado, alrededor de $35.820 millones, se ejecuta bajo régimen especial, mientras que la contratación directa representa apenas $310 millones. Esto confirma que, en el sector de loterías, la publicidad se gestiona principalmente a través de modalidades flexibles que permiten agilidad y oportunidad en la ejecución, garantizando la presencia institucional en eventos y campañas estratégicas.

En conjunto, estos datos reflejan que la contratación en publicidad se mantiene dentro del ámbito nacional y bajo esquemas de régimen especial, condiciones que favorecen la competitividad, el cumplimiento de las necesidades misionales y la optimización de los recursos destinados a visibilizar la marca y asegurar mayores ingresos para transferencias al sector salud.

C. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

El análisis de la oferta para este proceso resulta fundamental para determinar la viabilidad del proceso de contratación de servicios publicitarios y material promocional, dado que nos va permitir establecer la existencia de proveedores especializados en publicidad impresa, difundida y de agencia, con capacidad técnica y experiencia comprobada en el sector. Lo cual aporta información clave sobre las condiciones del mercado, asegurando que la Lotería de Boyacá pueda acceder a opciones competitivas y oportunas que garanticen la efectiva promoción de su marca, el posicionamiento institucional y, en consecuencia, el cumplimiento de su misión de generar recursos para la salud pública.

Gráfico 4: Gasto y Cantidad de contratos dentro de la oferta



El estudio de la información reportada en Colombia Compra entre 2020 y 2025, bajo los códigos UNSPSC 821015 (Publicidad impresa), 821016 (Publicidad difundida) y 821018 (Servicios de agencia de publicidad), evidencia que este mercado registra una contratación significativa y consolidada. El valor total contratado asciende a $708.555 millones, lo que refleja la importancia de estos servicios en la gestión pública y su carácter estratégico para entidades que requieren posicionar su marca y promover sus productos.

En cuanto a la cantidad de contratos, se reportan aproximadamente 42.367 procesos durante el periodo analizado, con un promedio anual superior a los 7.000 contratos. Asimismo, la participación de más de 12.750 proveedores demuestra la existencia de un mercado competitivo, plural y con suficiente capacidad técnica para atender las necesidades de las entidades públicas. Esto asegura la posibilidad de acceder a bienes y servicios publicitarios en condiciones favorables y con amplia cobertura a nivel nacional.

Finalmente, el comportamiento de gasto anual muestra un mayor dinamismo en los años 2020, 2021 y 2022, con inversiones superiores a los $140 mil millones anuales, mientras que en 2023 y 2024 se observa una reducción moderada, manteniendo cifras relevantes que superan los $90 mil millones por año. Estos datos confirman que la publicidad es un mercado estable y en constante movimiento, lo cual brinda a la Lotería de Boyacá un entorno de contratación seguro, competitivo y confiable para la ejecución de sus estrategias de promoción y posicionamiento institucional.

El análisis de la oferta confirma que existen proveedores idóneos y con experiencia comprobada en el suministro de servicios publicitarios, lo cual permite que la Lotería de Boyacá pueda contar con un entorno competitivo y confiable para contratar este tipo de bienes y servicios, asegurando el cumplimiento de los objetivos misionales y la eficiencia en el uso de los recursos públicos.

2.1.-VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y LA JUSTIFICACIÓN DEL MISMO

El valor estimado del contrato es de **CINCO MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS ($5.500.000) M/L. IVA INCLUIDO.**

2.1.1.-JUSTIFICACION DEL VALOR A CONTRATAR:

El presente valor se justifica en el análisis de sector, realizado por la Oficina Comercial y Operativa, en virtud de lo anterior, y conforme a lo establecido en el Plan Operativo de Comercialización 2025 y en armonía con el Plan Estratégico Institucional 2024–2027, el valor fijado se justifica en la necesidad de garantizar la promoción, visibilidad y posicionamiento de la marca Lotería de Boyacá en el marco del 51º Concurso Nacional de Bandas Musicales, evento de alta relevancia institucional y estratégica.

La determinación del valor presupuestado para el contrato surge de la propuesta económica presentada por el proponente, en conjunto con el análisis realizado en oferta interna y externa de manera comparativa al objeto del contrato como se evidencia en los numerales 2.1.2. y 2.1.3. del presente estudio previo.

Para el cumplimiento del objeto derivado del presente proceso de contratación se expidió el **certificado de disponibilidad presupuestal No. 13928 de fecha 10/09/2025 Rubro 245020801 Publicidad.**

2.1.2.-ESTUDIO DE LA DEMANDA INTERNA

Basándose en la experiencia exitosa de una contratación previa realizada por la Lotería de Boyacá en procesos cuyo objeto es similar, se justifica realizar nueva contratación, argumentando que la ejecutada con anterioridad fue altamente beneficiosa para la entidad y fue cumplida a satisfacción.

CONTRATO	ENTIDAD	OBJETO	PLAZO DE EJECUCIÓN	VALOR TOTAL
CD-CSP-127 DE 2025	LOTERÍA DE BOYACÁ	PRESTAR SERVICIOS PÚBLICITARIOS EN EL MARCO DEL XXII FESTIVAL NACIONAL DE MUSICA CARRANGUERA O CAMPESINA, FERIA ARTESANAL, GASTRONOMICA Y AGROINDUSTRIAL ENCUENTROS BOYACENSES A REALIZARSE EN LA CIUDAD BOGOTA, PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y/O CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE LA LOTERIA DE BOYACA.	DOS (2) DÍAS	$12.500.000
CD-CSP-050 DE 2025	LOTERÍA DE BOYACÁ	ESPACIO PUBLICITARIO EN LA FERIA ANATO A DESARROLLARSE DURANTE LOS DIAS 26, 27 y 28 DE FEBRERO DE 2025 PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y/O CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE LA LOTERIA DE BOYACÁ.	TRES (3) DÍAS	$4.200.000

2.1.3.-ESTUDIO DE LA DEMANDA EXTERNA

Realizado el estudio de mercado en otras entidades del orden nacional, se evidencia contratación similar ejecutada de manera satisfactoria, por lo tanto, la Subgerencia Comercial y Operativa se ha referenciado en este estudio para dar factibilidad a la contratación a realizarse.

CONTRATO/ REFERENCIA	ENTIDAD	OBJETO	PLAZO DE EJECUCIÓN	VALOR TOTAL
LC-CD-PS-045-2025	LOTERÍA DEL CAUCA	PROMOVER LA MARCA LOTERÍA DEL CAUCA, CON LA PARTICIPACIÓN EN LAS JORNADAS COMUNITARIAS EN LOS MUNICIPIOS DE CALI- VALLE Y PUERTO TEJADA- CAUCA, DONDE SE PROMOVERÁ EL JUEGO LEGAL, DEL 26 DE ABRIL HASTA EL 24 DE MAYO DE 2025 DE ACUERDO A LAS FECHAS PRESENTADAS EN LA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE CADA JORNADA.	VEINTIOCHO (28) DÍAS	$15.000.000
CONV-ASO-001-2025	EL INSTITUTO DE CULTURA EL CARMEN DE VIBORAL	AUNAR ESFUERZOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS, FINANCIEROS, HUMANOS Y LÓGISTICOS, PARA BRINDAR FORMACIÓN ARTÍSTICA A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UN GRUPO DE PROYECCIÓN TEATRAL Y LA REALIZACIÓN DE INTERVENCIONES CULTURALES EN EL MARCO DE LAS ACTIVIDADES CONTEMPLADAS EL PLAN DE ACCION INSTITUCIONAL.	SEIS (6) MESES	$45.000.000

3. OBJETO A CONTRATAR CON SUS ESPECIFICACIONES

OBJETO: PRESTAR SERVICIOS PUBLICITARIOS EN EL MARCO DEL 51º CONCURSO NACIONAL DE BANDAS MUSICALES QUE SE REALIZARÁ EN LA CIUDAD DE PAIPA DEL 2 AL 5 DE OCTUBRE PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y/O CAMPAÑAS DE LA LOTERÍA DE BOYACÁ.

3.1.-ALCANCE: El presente estudio previo no prevee alcance contractual.

3.1.1.-Condiciones Técnicas Exigidas.

3.1.2. Solicitar en las Instalaciones de la Lotería de Boyacá con la debida antelación para dar cumplimiento oportuno al objeto contractual, la publicidad objeto del servicio aprobada por la entidad.
3.1.3. La publicidad debe ser publicada de la forma que se entrega por la Lotería de Boyacá y no podrá ser editada ni modificada.
3.1.4. El contenido debe incluir elementos esenciales de la campaña, nombre de los productos, mensaje clave y un llamado a la acción en concreto.
3.1.5. Se recomienda que las menciones publicitarias tengan lenguaje sencillo, directo y sin tecnicismos que dificulten la comprensión. Cuando aplique, se podrá incorporar música institucional o jingle oficial de la Lotería de Boyacá como sello de marca.

- **Codificación del bien, obra o servicio según las Naciones Unidas – UNSPSC**

CLASIFICACIÓN UNSPSC	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
82101801	82 servicios editoriales, de diseño, de artes gráficas y bellas artes	10. publicidad	18. agencias de publicidad	01. Servicio de campaña de publicidad

3.2.-IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR:

Es un Contrato de Prestación de Servicios Publicitarios.

3.3.-CONDICIONES DEL CONTRATO A CELEBRAR

3.3.1.-Plazo de Ejecución: Será de cuatro (4) días, el 2, 3, 4 y 5 de octubre, previa suscripción del acta de inicio.

3.3.2.-Lugar de Ejecución: En la ciudad de Paipa, en el marco del 51º Concurso Nacional de Bandas Musicales.

3.3.3.-Forma de pago: La Lotería de Boyacá pagará **CINCO MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS ($5.500.000) M/L, IVA incluido** y todos los impuestos a que haya lugar, en un solo pago, previa presentación de la cuenta de cobro o factura con su respectivo informe que determine las condiciones de tiempo, modo y lugar en que se desarrolló el alcance contractual, evidencias fotográficas, fílmicas y/o auditivas que corroboren de manera amplia y suficiente la realización de cada actividad en su debido tiempo y espacio, certificación de cumplimiento del objeto del contrato por parte del Supervisor y demás documentos que se requieran para el trámite de la cuenta, constancia de pago de los aportes correspondientes

al sistema de seguridad social integral, los cuales deberán cumplir las previsiones legales y demás documentos requeridos para realizar el pago (RGJ-15 informe de actividades contractuales con la Lotería de Boyacá y RGA- 17 planilla control y certificación para el pago de proveedores).

3.4.-Anticipo / Pago Anticipado: N/A. La Lotería de Boyacá en su parte contractual no maneja presupuestalmente la realización de anticipos. De igual manera según la modalidad de contratación y el objeto del contrato que pretende celebrarse no procede la conveniencia de pactarlo.

3.5.-Supervisión:

La vigilancia y control del presente contrato estará a cargo del funcionario que para tal efecto designe el (la) Gerente(a) General de la Lotería de Boyacá, en calidad de supervisor(a), quien tendrá la responsabilidad de realizar el seguimiento técnico, administrativo, financiero, jurídico y presupuestal del contrato, velando por la ejecución idónea, oportuna y conforme a lo pactado.

PARÁGRAFO PRIMERO La designación de supervisor podrá ser modificada por la Gerencia General en cualquier momento mediante acto administrativo, garantizando la continuidad en la vigilancia del contrato.

PARÁGRAFO SEGUNDO. La supervisión aquí establecida no exime ni limita la responsabilidad integral del CONTRATISTA frente al cumplimiento de sus obligaciones contractuales, legales y reglamentarias.

3.6.-OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.

OBLIGACIONES ESPECÍFICAS: Las obligaciones y productos específicos a desarrollar son las siguientes:

1.-Solicitar en las Instalaciones de la Lotería de Boyacá con la debida antelación para dar cumplimiento oportuno al alcance contractual, la publicidad objeto del servicio aprobada por la entidad.
2.-Realizar siete (7) menciones por día durante las presentaciones en tarima y en el Auditorio Pablo Solano promocionando los productos de la Lotería de Boyacá.
3.-Difusión de las campañas de la Lotería de Boyacá en verbenas populares y medios de comunicación.
4.-Publicidad en pantalla LED del escenario principal.
5.-Ubicación de un (1) pendón en la tarima principal del evento.
6.-Publicidad en el programa de mano (2.500 ejemplares).
7.-Presentar informe detallado de las actividades para las cuales fue contratado, que contenga la descripción de tiempo, modo y lugar del desarrollo del alcance contractual acompañado de evidencias fotográficas, fílmicas y/o auditivas y demás que tenga a consideración el Supervisor del contrato realizar.

OBLIGACIONES GENERALES:

1.-Cumplir con el objeto del presente contrato, obligaciones, condiciones jurídicas, técnicas, económicas, y demás términos y estipulaciones del contrato, la propuesta y el estudio previo, en las condiciones de calidad, oportunidad, idoneidad, dentro de los principios y conceptos

éticos de pulcritud y oportunidad que la comunidad espera y la ley y las buenas costumbres exigen a todo contratista del Estado; así como con las obligaciones definidas, incluyendo su Anexo Técnico y propuesta, y obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales, evitando dilaciones y trabamientos.
2.-Acatar de manera oportuna las instrucciones y las recomendaciones que durante el desarrollo del contrato se le impartan a través del supervisor; siempre y cuando estas no impliquen modificación al contrato.
3.-Cumplir con las obligaciones frente al sistema de salud, pensiones y riesgos laborales.
4.-Entregar los informes y productos requeridos de acuerdo con lo estipulado en el contrato y los que le solicite el supervisor para el control y supervisión en el desarrollo y ejecución del contrato.
5.-No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la Ley con el fin de hacer u omitir algún hecho.
6.-El contratista será responsable ante las autoridades de los actos u omisiones en el ejercicio de las actividades que desarrolle en virtud del contrato, cuando con ellos cause perjuicio a la Administración o a terceros.
7.-Guardar la debida reserva de los asuntos que conozca con ocasión de la ejecución del objeto contractual, así como de todos aquellos relacionados con el mismo.
8.-Autorizar el descuento de las estampillas a que haya lugar, los cuales serán descontados en el pago y/o factura.
9.-El contratista, una vez firmado el contrato, debe reunirse con el supervisor del contrato, para suscribir acta de inicio.
10.-Una vez finalizado el contrato, el contratista debe reunirse con el supervisor para suscribir el acta de terminación y liquidación.
11.-Las demás que se deriven de la naturaleza del contrato.

OBLIGACIONES DE LA LOTERÍA DE BOYACÁ

1.-Efectuar las apropiaciones presupuestales para el pago de dicha contratación.
2.-Suministrar la publicidad objeto del contrato, cuando sea requerido por el contratista.
3.-Efectuar el pago oportunamente según lo pactado.
4.-Realizar la supervisión del contrato.
5.-Suministrar la información que se requiera para el desarrollo del objeto contractual.
6.-Informar con anticipación las modificaciones que deban hacerse al contrato.
7.-Resolver las peticiones presentadas por el contratista en los términos consagrados por la ley.
8.-Publicar el contrato en el SECOP y SIA Observa.

4. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACIÓN, INCLUYENDO LOS FUNDAMENTOS JURÍDICOS.

Esta contratación se realizará de conformidad a los principios del artículo 209 de la Constitución Política de Colombia de 1991 y su modalidad de contratación directa de acuerdo con lo establecido en el artículo 29. El numeral 03 del artículo segundo del Acuerdo 10 de 2025 que modifico el acuerdo 010 de 2022 del manual de Contratación de la Lotería de Boyacá.

Cada contrato suscrito tiene como sustento una necesidad operativa concreta previamente analizada y documentada, enmarcada dentro de los principios de economía, eficiencia y eficacia, garantizando así la transparencia y el uso adecuado de los recursos.

Adicionalmente la modalidad de contratación de publicidad de la Lotería de Boyacá, de

conformidad con el acuerdo 010 de 2022 modificado por el Acuerdo 10 de 2025 y en desarrollo de lo dispuesto por el articulo 14 de la ley 1150 del 2007 modificado por el articulo 93 de la ley 1474 de 2011, establece que las Empresas Industriales y Comerciales del Estado que desarrollen actividades en competencia con el sector privado y/o público, se regirán por las disposiciones legales y reglamentarías aplicables a sus actividades y comerciales, lo que nos cataloga como un régimen especial.

El articulo 13 de la ley 1150 de 2007, modificado por el articulo 53 de la ley 2195 de 2022, indica que las entidades estatales que, por disposición legal, cuenten con un régimen excepcional al del Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, como en nuestro caso, aplicarán en el desarrollo de su actividad contractual, su propio manual. Lo anterior, sin prejuicios de la función pública y la gestión fiscal a que se refieren los artículos 209 y 267 de la Constitución Política, así como el régimen de inhabilidades e incompatibilidades señaladas por las Ley.

La Lotería de Boyacá a través de su Manual de Contratación establece controles y procedimientos que garantizan la adecuada aplicación de las diferentes modalidades de contratación y demás disposiciones sobre el ejercicio de sus funciones.

En función de las actividades industriales y comerciales de la entidad, se establecen procesos y procedimientos expeditos en aplicación de los principios de economía, celeridad y transparencia, como se establece en concreto en el artículo 30 de su Manual de Contratación, en cuanto a que se estipula que no se tendrá en cuenta la cuantía para contratar a través de forma directa los contratos cuyo objeto se relacionen a publicidad de los productos comerciales de la Lotería de Boyacá.

Por lo tanto, este tipo de contratación al respecto de publicidad debe entenderse como un proceso de selección que no incluye ningún tipo de convocatoria no da acceso a la pluralidad de oferentes.

Fuente: Concepto 048971 de 2022/ Departamento Administrativo de la función Pública.

5. PRESUPUESTO OFICIAL

En cuanto al aspecto económico del contrato se determinó un presupuesto oficial de **CINCO MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS ($5.500.000) M/L, IVA INCLUIDO** y todos los tributos de orden nacional y departamental autorizados por la Ley que se generen con ocasión de la celebración, ejecución y liquidación del contrato, lo anterior para dar cumplimiento al plan operativo de comercialización 2025 y con el fin de atender actividades misionales propias de la Empresa. La suma anterior se obtiene de la información contenida en el estudio de mercado y en el análisis del sector.

Para el cumplimiento del objeto derivado del presente proceso de contratación se expidió el **certificado de disponibilidad presupuestal No. 13928 de fecha 10/09/2025 Rubro 245020801 Publicidad.**

6. LOS CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA

El presente proceso se tramita bajo la modalidad de contratación directa, de conformidad con lo previsto en el artículo 29. El numeral 03 del artículo segundo del acuerdo 010 de 2025, en virtud de tratarse de un contrato de publicidad, causal que opera sin consideración de la cuantía.

Para la selección del contratista, la Entidad, en observancia de los principios de planeación, transparencia, responsabilidad, economía y eficacia, verificó el cumplimiento de los requisitos habilitantes establecidos en el artículo 20 del Manual de Contratación.

El proponente acredita condiciones técnicas suficientes para desarrollar las actividades objeto del contrato, incluyendo disponibilidad de personal, equipos, medios y experiencia específica en la ejecución de activaciones y campañas publicitarias en eventos de carácter cultural, artístico y/o deportivo.

Revisada la lista de chequeo documental, se constató que el proponente no se encuentra incurso en causal alguna de inhabilidad o incompatibilidad que le impida contratar con la Lotería de Boyacá, cumpliendo las exigencias legales y reglamentarias vigentes.

El proponente allegó la documentación requerida para acreditar su capacidad jurídica, financiera y técnica, en concordancia con las exigencias del presente estudio previo.

El contratista acredita experiencia específica y suficiente para garantizar el cumplimiento del objeto contractual.

En mérito de lo anterior, y con fundamento en la causal de contratación directa aplicable, la Entidad determinó que el proponente reúne las condiciones para ejecutar el contrato, resultando procedente su selección.

6.1.-REQUISITOS HABILITANTES

De conformidad con lo establecido en el Manual de Contratación de la Lotería de Boyacá, modificado mediante el Acuerdo 010 de 2025, y teniendo en cuenta que el presente proceso se adelantará bajo la modalidad de contratación directa, la selección del contratista se fundamenta en la verificación de la idoneidad y experiencia.

6.1.1.-Requisitos jurídicos habilitantes. Cumple con la Lista de verificación documental aportada como anexos al presente estudio y del formato RGJ-18, con sus anexos e indicaciones legales.
6.1.2.-Requisitos Financieros Habilitantes (N/A)
6.1.3.-Requisitos Técnicos Habilitantes (N/A)

6.2.-CRITERIOS DE PONDERACIÓN Y/O MECANISMO PARA SELECCIONAR LA OFERTA MÁS FAVORABLE (N/A)

Al ser un contrato directo, no se selecciona o pondera una u otra oferta más favorable, pero para la selección del contratista de forma directa se identificó que debido a su capacidad para cumplir con los requerimientos habilitantes establecidos por la empresa y un análisis exhaustivo de las necesidades de la Entidad y una evaluación detallada de la propuesta económica presentada, se concluyó que el interesado no solo cumple con los estándares requeridos, sino que también ofrece una solución viable y competitiva que se alinea con los objetivos de la empresa. En consecuencia, el proponente, actuando como persona jurídica, **CORPORACION CONCURSO NACIONAL DE BANDAS DE MUSICA DE PAIPA - CORBANDAS** con NIT: **800.139.778-1**, representada legalmente por **HECTOR MANUEL BAJICA VASQUEZ**, identificado con Cédula de Ciudadanía No. **4.191.683** de Paipa, con registro en la Cámara de Comercio y el RUT con el código de 7310, acredita los requisitos y criterios para contratar con la Lotería de Boyacá. Para efectos de notificaciones, se dispone del correo: **gerencia.corbandas@gmail.com** y el número de celular **3133487746**; en tal

virtud, resulta procedente su selección directa para celebrar contrato de prestación de servicios de publicidad.

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

Teniendo en cuenta la estimación, tipificación y asignación de los riesgos previsibles por incumplimiento que puedan afectar el equilibrio económico del contrato, de conformidad con lo establecido en el Acuerdo 010 del 27 de Octubre de 2022 y demás normas legales que rigen la materia, firmado el contrato en la plataforma SECOP II, el **CONTRATISTA** deberá constituir a favor de la **Lotería de Boyacá** una **Garantía Única**, debidamente firmada por su representante legal y expedida por una compañía de seguros legalmente constituida en Colombia, en el formato exigido para entidades estatales. Esta garantía respaldará el cumplimiento integral de las obligaciones derivadas del contrato y deberá contemplar, como mínimo, los siguientes amparos:

- **Cumplimiento:** Equivalente al 20% del valor del contrato, por el término de duración del mismo y cuatro (4) meses más.
- **Responsabilidad civil extracontractual:** No inferior a 200 salarios mínimos legales mensuales vigentes, expedida por una compañía de seguros legalmente autorizada.
- **Pagos de salarios y prestaciones sociales:** Equivalente al 10% del valor del contrato, por el término de duración del mismo y tres (3) años más.

El contratista deberá presentar, junto con la garantía, la constancia de pago de la prima de la póliza o documento equivalente que acredite su vigencia. La legalización del contrato quedará condicionada a la aprobación de dicha garantía por parte de la Lotería de Boyacá, previa verificación de su suficiencia, oportunidad y conformidad con las disposiciones contractuales y legales aplicables.

8. LA INDICACIÓN DE SI EL PROCESO DE CONTRATACIÓN ESTÁ COBIJADO POR UN ACUERDO COMERCIAL. (N/A)

El proceso a contratarse por tratarse de la modalidad de *contratación directa* no requiere de la realización de análisis para evidenciar si el proceso está cobijado por un acuerdo comercial.

En consecuencia, este contrato se rige por el ordenamiento jurídico interno aplicable a las empresas industriales y comerciales del Estado, observando los principios de transparencia, economía, eficiencia, responsabilidad y selección objetiva.

8.1.-ANÁLISIS DE RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO

Teniendo en cuenta el Decreto 1082 de 2015, el riesgo es un evento que puede generar efectos adversos y de distinta magnitud en el alcance de los objetivos del Proceso de Contratación o en la Ejecución del Contrato.

Los artículos 2.2.1.1.1.6.1 y 2.2.1.1.1.6.3 del decreto 1082 de 2015 establecen la obligación de las entidades estatales de realizar, dentro de la etapa de planeación, el análisis del riesgo, para lo cual se estable los siguientes riesgos previsibles y con su respectivo tratamiento.

Se realiza un ejemplo de matriz, esta debe ser evaluada por el área y verificar los riesgos de acuerdo a la naturaleza y objeto del contrato.

MATRIZ DE RIESGOS

°N	CLASE	FUENTE	ETAPA	TIPO	DESCRIPCIÓN (QUÉ PUEDE PASAR Y, CÓMO PUEDE OCURRIR)	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PROBABILIDAD	IMPACTO	CALIFICACIÓN TOTAL	PRIORIDAD
1	GENERAL	INTERNO	EJECUCIÓN	FINANCIEROS	MODIFICACIÓN RÉGIMEN DE IMPUESTOS APLICABLES AL CONTRATO Y/O A TERCEROS.	INCREMENTO EN LOS VALORES DEDUCIBLES POR IMPUESTOS AL CONTRATO.	2	1	3	RIESGO BAJO
2	ESPECIFICO	INTERNO	EJECUCIÓN	OPERACIONAL	FALTA DE ENTENDIMIENTO ENTRE LA EMPRESA Y EL CONTRATISTA SOBRE CRONOGRAMAS Y/O ALCANCE DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO, E INCUMPLIMIENTO DEL OBJETO	RETRASO EN LAS ACTIVIDADES DEL CONTRATO PARA SU TERMINACIÓN DENTRO DE LOS PLAZOS	3	2	5	RIESGO MEDIO
3	ESPECIFICO	INTERNO	EJECUCIÓN	OPERACIONAL	OMISIÓN O ATRASO POR PARTE DEL CONTRATISTA EN LA GENERACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LAS GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO	NO SE INICIA EL CONTRATO O SE PRESENTAN DEMORA EN EL INICIO DEL MISMO	3	2	5	RIESGO MEDIO
4	ESPECIFICO	EXTERNA	EJECUCIÓN	OPERACIONAL	SUSPENSIÓN DEL EVENTO	IMPOSIBILIDAD DE EJECUTAR EL CONTRATO	2	4	6	RIESGO ALTO
5	GENERAL	INTERNA	EJECUCIÓN	REPUTACIONAL	DIFUSIÓN INADECUADA O MANIPULACIÓN DE LA PUBLICIDAD DE LA CAMPAÑA	AFECTACIÓN REPUTACIONAL A LA ENTIDAD	2	4	6	RIESGO ALTO

MATRIZ DE RIESGOS (CONTINUACIÓN)

°N	¿A QUIÉN SE LE ASIGNA?	TRATAMIENTO/CONTROLES A SER IMPLEMENTADOS	IMPACTO DESPUÉS DEL TRATAMIENTO				¿AFECTA EL EQUILIBRIO ECONÓMICO DEL CONTRATO?	PERSONA RESPONSABLE POR IMPLEMENTAR EL TRATAMIENTO	MONITOREO Y REVISIÓN	
			PROBABILIDAD	IMPACTO	CALIFICACIÓN TOTAL	CATEGORÍA			¿CÓMO SE REALIZA EL MONITOREO?	PERIODICIDAD ¿CUÁNDO?
1	CONTRATISTA	ASEGURAR UN MARGEN DE GANANCIA QUE MITIGUE EL IMPACTO EN CASO DE OCURRIR.	2	1	3	RIESGO BAJO	NO	PERSONAL ADMINISTRATIVO CONTRATISTA.	CONSULTA NORMAS LEGALES VIGENTES.	SEMANAL
2	CONTRATISTA	FICHA ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS CON DESCRIPCIÓN CLARA DEL ALCANCE / ELABORACIÓN, SEGUIMIENTO Y ESTRICTO CUMPLIMIENTO DEL CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y/O ALCANCE CONTRACTUAL.	2	1	3	RIESGO BAJO	NO	CONTRATISTA.	ANÁLISIS Y REVISIÓN EN REUNIÓN DE INICIO Y SEGUIMIENTO	INICIO DEL CONTRATO
3	LOTERÍA DE BOYACÁ	REQUERIMIENTO POR ESCRITO AL CONTRATISTA	4	3	7	RIESGO ALTO	NO	SUPERVISOR	CONSULTA AL SUPERVISOR DEL CONTRATO PARA PROCEDER CON LAS TAREAS A REALIZAR. / UTILIZANDO LOS PUNTOS DE CONTROL CONTEMPLADOS EN EL CONTRATO	DIARIO
4	LOTERÍA DE BOYACÁ/Contratista	CLÁUSULAS CONTRACTUALES DE CONTINGENCIA; REPROGRAMACIÓN O SUSTITUCIÓN DE EVENTO	2	4	6	RIESGO ALTO	SI	SUPERVISOR	MEDIANTE INFORME DEL CONTRATISTA Y REVISIÓN CONTARCTUAL	EN LA ETAPA DE EJECUCIÓN
5	CONTRATISTA	ENTREGA DE PIEZAS PREVIAMENTE APROBADAS; SUPERVISIÓN ESTRICTA	2	4	6	RIESGO ALTO	SI	PERSONAL ADMINISTRATIVO CONTRATISTA	REVISIÓN DURANTE EL EVENTO	DIARIA

IMPACTO RIESGO

IMPACTO					
CALIFICACIÓN CUALITATIVA	OBSTRUYE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO DE MANERA INTRASCENDENTE.	DIFICULTA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO DE MANERA BAJA, APLICANDO MEDIDAS MÍNIMAS SE PUEDEN LOGRAR EL OBJETO CONTRACTUAL	AFECTA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO SIN ALTERAR EL BENEFICIO PARA LAS PARTES	OBSTRUYE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO SUSTANCIALMENTE PERO AUN ASÍ PERMITE LA CONSECUCIÓN DEL OBJETO CONTRACTUAL	PERTURBA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO DE MANERA GRAVE IMPOSIBILITANDO LA CONSECUCIÓN DEL OBJETO CONTRACTUAL.

CALIFICACIÓN MONETARIA		LOS SOBRECOSTOS NO REPRESENTAN MÁS DEL UNO POR CIENTO (1%) DEL VALOR DEL CONTRATO.	LOS SOBRECOSTOS NO REPRESENTAN MÁS DEL CINCO POR CIENTO (5%) DEL VALOR DEL CONTRATO.	GENERA UN IMPACTO SOBRE EL VALOR DEL CONTRATO ENTRE EL CINCO (5%) Y EL QUINCE POR CIENTO (15%).	INCREMENTA EL VALOR DEL CONTRATO ENTRE EL QUINCE (15%) Y EL TREINTA POR CIENTO (30%).	IMPACTO SOBRE EL VALOR DEL CONTRATO EN MÁS DEL TREINTA POR CIENTO (30%).
		INSIGNIFICANTE	**MENOR**	**MODERADO**	**MAYOR**	**CATASTRÓFICO**
CATEGORÍA	**VALORACIÓN**	1	2	3	4	5
RARO (PUEDE OCURRIR EXCEPCIONALMENTE)	1	2	3	4	5	6
IMPROBABLE (PUEDE OCURRIR OCASIONALMENTE)	2	3	4	5	6	7
POSIBLE (PUEDE OCURRIR EN CUALQUIER MOMENTO FUTURO)	3	4	5	6	7	8
PROBABLE (PROBABLEMENTE VA A OCURRIR)	4	5	6	7	8	9
CASI CIERTO (OCURRE EN LA MAYORÍA DE CIRCUNSTANCIAS)	5	6	7	8	9	10

VALORACIÓN DEL RIESGO	**CATEGORÍA**
8, 9 Y 10	RIESGO EXTREMO
6 Y 7	RIESGO ALTO
5	RIESGO MEDIO
2, 3 Y 4	RIESGO BAJO

9. ANEXOS:

- RGJ-18 proceso de contratación persona Jurídica.
- Propuesta económica.
- RGA-28 Certificado Plan Anual de Adquisiciones.
- RGF-01 Certificado de Disponibilidad Presupuestal CDP.
- Copia cédula de ciudadanía representante legal.
- RGS-10 Autorización para el tratamiento de datos personales.
- Consulta Sarlaf.
- Certificado de existencia y representación legal- cámara de comercio.
- Soportes de experiencia persona jurídica.
- RUT de la persona Jurídica.
- Certificado Bancario persona Jurídica.
- Certificado de aportes a seguridad social y parafiscales.
- Certificado de antecedentes fiscales de persona Jurídica y R/L.
- Certificado antecedentes disciplinarios de persona Jurídica y R/L.
- Certificado de antecedentes judiciales del R/L.
- Certificado de medidas correctivas del R/L.
- Certificado REDAM R/L.
- Consulta de inhabilidades delitos sexuales contra menores de 18 años del R/L.

LAURA MELISSA GONZÁLEZ CRUZ
Subgerente Comercial y Operativo

Elaboró: Julian Toro/ Profesional de Apoyo Sub. Comercial y operativa *Vbo Jt**
Revisó : Javier Medina/Abogado Profesional de Apoyo
Karla Firacative/ Profesional de Apoyo