JZ : 2600261

INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE
Nit. 890.399.012-0

N° SC 639-1

Palmira, 28 de enero de 2026

ESTUDIO PREVIO DE ANALISIS DE CONVENIENCIA OPORTUNIDAD Y RIESGO DE LA CONTRATACIÓN

El presente estudio se fundamenta en el artículo 93 de la Ley 489 de 1998, artículos 13 y 14 de la Ley 1150 del 2007, este último modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011, y el Acuerdo No.100.03.01.014 de 23 de diciembre de 2021 que adopta la actualización del Manual de Contratación de la Industriad e Licores del Valle.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD

La Industria de Licores del Valle, tiene como misión contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los vallecaucanos, generando los máximos recursos financieros al Departamento, que permitan el desarrollo de adecuados programas de salud, educación y recreación. A partir de producir y comercializar productos con la variedad, calidad, innovadores, con el apoyo y compromiso de su equipo humano, a consumidores, distribuidores y mayoristas que proporcionen las mejores sensaciones de alegría y felicidad en los consumidores, generando sostenibilidad a través de la rentabilidad, responsabilidad social y ambiental.

En desarrollo de su objeto misional, consagrado en sus estatutos, y en atención al cumplimiento del Plan Comercial y de Mercadeo aprobado para la vigencia 2026, la Industria de Licores del Valle (ILV) adelantará una serie de acciones promocionales, comerciales y publicitarias orientadas a impulsar el consumo responsable de sus productos, incrementar las ventas y fortalecer el posicionamiento y recordación de sus marcas en el mercado nacional.

En ocasión de la Sentencia C-032/25 de la Corte Constitucional, que eliminó las salvaguardas departamentales sobre la comercialización de licores, se ha producido una transformación profunda en el mercado nacional de aguardientes. Este nuevo escenario ha generado una competencia abierta en todos los departamentos del país, lo que pone en riesgo tanto la cuota de mercado actual de la Industria de Licores del Valle como su patrimonio cultural y financiero.

La ILV a través de su equipo de mercadeo y en línea con la proyección estratégica del negocio, identificaron la necesidad de seguir fortaleciendo su portafolio de licores con el objetivo de poder ofrecer al mercado nacional de licores un portafolio amplio y robusto que vayan en línea con las exigencias actuales. La ILV enfrenta un nuevo desafío que implica lograr posesionar sus marcas a nivel nacional, como parte fundamental para lograr ese objetivo se considera relevante una estrategia digital fuerte que este anclada con las estrategias comerciales y publicitarias que se estén desarrollando, actuando desde los canales digitales donde el consumidor tiene un acceso directo a este canal a través de sus celulares/tablets o equipos electrónicos y donde prevalece la inmediatez de la información y su decisión de compra se ve fuertemente influenciada por la comunicación que aquí se expone.

En consideración a lo anteriormente expuesto la ILV cree necesario que para lograr los objetivos comerciales de las marcas, se hace necesario contar con el apoyo de una agencia digital que se encargue de la conceptualización, desarrollo y diseño de la estrategia digital para cada una de las marcas (marcas antiguas y nuevos lanzamientos) que nos aseguren la continuidad en el fortalecimiento de nuestras marcas lideres a nivel regional y la correcta introducción y posicionamiento de nuestras marcas en el mercado nacional.

El entorno digital representa en este momento el canal más importante para cualquier marca que quiera tener visibilidad y contacto más cercano con su público objetivo, por ello la importancia de contratar una agencia de publicidad digital que apoye con el cumplimiento de los objetivos estratégicos de las marcas, como:

1. Personal especializado: la agencia contará con equipo/personal liderado por un ejecutivo de cuenta exclusivo para nuestras marcas, lo que les permitirá trabajar de manera más eficiente y enfocada en los objetivos estratégicos. Este equipo estará conformado por profesionales con las habilidades y experiencias específicas para llevar a cabo estas tareas. Su experticia en temas digitales ayudase a orientar mejor las estrategias y definir el camino adecuado para lograr los resultados, de manera individual y colectiva. todas las estrategias tendrán objetivos claramente establecidos y buscarán cumplir con métricas definidas para la consecución de los mismos.

2. Segmentación de público objetivo: el éxito en el lanzamiento o introducción de un producto al mercado está determinado por la correcta segmentación del público objetivo; la agencia digital es experta en la segmentación precisa de esta audiencia en los canales digitales, lo que nos asegura que el mensaje de la marca llegue a las personas correctas y que genere un interés o llamado a la acción que se convierta en una posible compra.
3. Presupuesto y optimización de los recursos: la agencia creativa tiene el conocimiento para manejar el presupuesto de inversión en pauta y lograr optimizar ese recurso de la manera más efectiva asegurando que el valor invertido lleve a lograr las métricas y objetivos definidos.
4. Estrategia de medios: la elección de los canales digitales y la información que allí se publique es de vital importancia para llegar a los consumidores en el lugar y momento adecuado. La agencia digital cuenta con la experiencia necesaria para garantizar la combinación óptima de los canales digitales adecuados para que cada marca logre tener una correcta difusión y posicionamiento en el entorno digital.
5. Rendimiento y evaluación: una agencia digital es experta en evaluar el rendimiento de las estrategias y en hacer el análisis adecuado para definir la ruta de trabajo, la optimización de tiempo, recursos y tomar decisiones basadas en datos reales.
6. cumplimiento normativo: la agencia digital puede ayudar a garantizar que toda comunicación que se haga vía digital cumpla con todas las regulaciones locales, evitando así multas o acciones legales en contra de las marcas.
7. Gestión de la comunicación y manejo de reputación: el canal digital representa una vía de comunicación directa de los consumidores con las marcas, en ellas los consumidores pueden expresar sus experiencias positivas y/o negativas o simplemente usarlo como un canal para obtener información. Por su misma inmediatez y difusión es un canal que puede afectar o beneficiar las marcas según sea el caso.

La categoría de licores es un mercado altamente competitivo, por eso nuestras marcas requieren de una estrategia digital eficaz, que pueda ser desarrollada por una agencia especializada y exclusiva. Tener el apoyo de una agencia digital significará una ventaja competitiva para marcar la diferencia en un mercado con grandes competidores en la categoría de Aguardientes a nivel nacional.

De acuerdo con lo anterior, se hace necesario, conveniente y oportuno contratar una agencia digital que preste **servicios integrales de marketing digital y comunicación** para posicionar, promocionar y fortalecer las marcas de *la Industria de Licores del Valle* en medios digitales, enfocada en generar conversiones, obtención de Big Data e impulsar las ventas de los productos de la ILV respetando la normativa vigente para bebidas alcohólicas.

2. OBJETO CONTRACTUAL Y ESPECIFICACIONES

- TIPO DE CONTRATO: Conforme con los elementos de esencia y naturaleza, se trata de un contrato de Prestación de servicios de publicidad.

- OBJETO: Prestación de **servicios profesionales de marketing digital y comunicación**, para posicionar, promocionar y fortalecer las marcas de la ILV en todos los canales digitales.

- OBJETIVO ESTRATEGICO: El objeto de la contratación apunta al cumplimiento del siguiente objetivo:

OB	Objetivo	Aplica
1	Margen de Rentabilidad	
2	Incrementar transferencias al departamento	
3	Incrementar unidades de botellas vendidas	X
4	Satisfacción grupos de valor	
5	Seguridad del producto	
6	Nivel de desempeño de los procesos	
7	Capacitación y desarrollo continuo	

➢ CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS: La necesidad se encuentra en el PAA 2026 con el siguiente código de UNSPSC:

Segmento	Familia	Clase	Producto	Nombre
82	10	18	02	SERVICIOS DE PRODUCCIÓN PUBLICITARIA

➢ PLAZO DE EJECUCIÓN: Este contrato tendrá una duración hasta el 31 de diciembre de 2026, previo perfeccionamiento, cumplimiento de los requisitos de ejecución, y la firma del acta de inicio.

➢ ESPECIFICACIONES TECNICAS:

a. PERSONAL: Disponer del personal idóneo y con la experiencia necesaria para la ejecución del contrato, para lo cual debe aportar las hojas de vida del siguiente personal

a) Tener a disposición dentro del equipo un Estratega digital/ejecutivo de cuenta exclusivo para las marcas de la ILV que se encargue de generar todas las estrategias, conceptos e ideas que vayan acordes a las marcas y portafolio actual de la ILV.
b) Tener a disposición un comunity manager exclusivo para las marcas de la ILV, responsable de responsable de administrar la comunidad online, gestionar la comunicación en todos los canales digitales, dar respuesta y hacer seguimiento a todas las conversaciones generadas con los clientes a través de esos canales, además de redactar y actualizar los contenidos para todas las marcas.
c) Tener a disposición dentro del equipo técnico un diseñador gráfico para el desarrollo de artes en los diferentes formatos.
d) Tener a disposición dentro del equipo técnico un productor audiovisual para registro, producción y edición de contenido audiovisual.
e) Tener a disposición dentro del equipo técnico un camarógrafo y/o videografo profesional para el cubrimiento de eventos y creación de contenido audiovisual para las marcas con experiencia y manejo de todos los formatos.

b. IDONEIDAD DEL EQUIPO DE TRABAJO: El oferente deberá aportar las certificaciones de experiencia de todo el equipo de trabajo.

➢ FORMA DE PAGO: El contratista facturará en cuotas fijas mensuales, las cuales se pagarán por la Industria de Licores del Valle, a los treinta (30) días de radicada la factura en la Subgerencia Financiera, para el pago se requiere la factura, el informe de supervisión y la certificación de paz y salvo al Sistema de Seguridad Social o Planilla de Pago de la EPS y Pensiones, según el caso.

➢ CONTROL Y VIGILANCIA: La Supervisión del contrato será ejercida por el subgerente comercial y de Mercadeo o en quien delegue el Gerente General.

➢ OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA:

- Planeación estratégica: Diseñar y ejecutar una estrategia digital alineada con los objetivos comerciales de la marca, Definir público objetivo, tono de comunicación y posicionamiento, presentar un plan de trabajo mensual o trimestral con acciones, fechas y entregables, ajustar la estrategia según resultados y métricas si es necesario.
- Creación y gestión de contenidos: Proponer conceptos creativos para campañas, lanzamientos y fechas especiales, desarrollar piezas graficas (post, stories, banners, reels animaciones, videos etc), ejecutar producción básica de video (grabación, edición y adaptación a redes), redacción de copys publicitarios y textos comerciales, asegurar coherencia visual con la identidad de la marca.
- Gestión de redes sociales: administrar perfiles oficiales de las marcas (Facebook, Instagram, tiktok, YouTube u otros), elaborar y ejecutar un calendario editorial mensual

sujeto a aprobación previa entregando parrilla de contenidos con 15 días de anticipación, crear y publicar contenido gráfico, audiovisual y escrito, moderar comentarios y mensajes directos, responder a la comunidad siguiendo el protocolo de respuesta definido y reportar crisis reputacionales o comentarios sensibles. Mantener coherencia con el tono, valores e identidad visual de la marca.

- Gestión de página web: Administrar, actualizar y mantener la página web oficial de la marca, garantizar el correcto funcionamiento técnico del sitio, actualizar contenidos, imágenes, textos y secciones según requerimientos de la marca, desarrollo y envió de mail marketing según la necesidad, optimizar la página para experiencia de usuario (UX) y navegación, implementar buenas prácticas básicas de SEO, Velar por la seguridad, backups y correcta visualización en dispositivos móviles, Coordinar cualquier desarrollo adicional previa aprobación de la marca.
- Pauta digital: Planear, configurar y optimizar campañas pagas (Meta Ads, Google Ads, etc.), definir segmentaciones, presupuestos y objetivos, cumplir políticas de plataformas para publicidad de alcohol, optimizar campañas para mejorar rendimiento, alcance y resultados, entregar reportes detallados de inversión, resultados y métricas.
- Gestión de influencers y creadores de contenido: Identificar, proponer y gestionar influencers alineados con los valores de la marca, presentar a la marca perfiles, métricas y costos antes de cualquier contratación, gestionar negociaciones, entregables y cronogramas con los influencers, supervisar el contenido publicado por los influencers, garantizar que el contenido cumpla con normas legales, mensajes responsables y lineamientos de marca, entregar reportes de resultados de cada campaña con influencers.
- Cumplimiento legal y regulatorio: Cumplir con todas las leyes y regulaciones aplicables a la publicidad de bebidas alcohólicas, no dirigir publicidad a menores de edad, Incluir mensajes de consumo responsable cuando aplique, Incluir advertencias y leyendas legales cuando sea requerido, eximir a la marca de sanciones causadas por incumplimientos de la agencia.
- Uso de marca o imagen: Informes mensuales de desempeño, Métricas claras: alcance, engagement, crecimiento, resultados de pauta, análisis de resultados y recomendaciones, Comparativos mes a mes, asistir a reuniones de seguimiento con la marca según lo acordado.
- Cubrimiento de eventos: realizar cobertura audiovisual de eventos, activaciones, lanzamientos y experiencias de marca organizados o patrocinados por la ILV, registrar audiovisualmente los momentos representativos de la marca, garantizando visibilidad del producto y correcta aplicación de la identidad visual, disponer del personal técnico necesario para la cobertura (fotografía y/o video) conforme a lo previamente acordado, producir piezas de contenido derivadas del evento (fotografías, videos cortos, reels, historias, aftermovies u otros formatos digitales, entregar el material final editado en un plazo máximo acordado entre las partes, contado a partir de la fecha del evento. Garantizar que el contenido cumpla con los lineamientos legales aplicables a la publicidad de bebidas alcohólicas.
- Garantizar la previa revisión del contenido a publicar en canales digitales, asegurándose de tener buena redacción y de no cometer errores ortográficos que perjudiquen el alcance del contenido, además de ser aprobado por el equipo de mercado previo a ser subido en las redes sociales.
- Asistir a reuniones de tráfico presenciales o virtuales con frecuencia semanal o quincenal según la necesidad del equipo de mercadeo de la ILV.
- Suministrar al supervisor del contrato, toda la información que se requiera con el fin de verificar el cumplimiento de los requisitos y compromisos contractuales como los legales a que haya lugar, con ocasión del contrato.
- Solicitar aprobación al supervisor del contrato para la publicación de todas las piezas o contenido en relación con la imagen de las marcas.
- Presentar al supervisor del contrato un informe de ejecución mensual, escrito, fotográfico y/o de video donde se soporte el desarrollo y ejecución de las estrategias planteadas para cada una de las marcas. Este informe debe ser presentado de manera presencial ante la subgerencia y equipo de mercadeo de la ILV y deberá evidenciar la estrategia desarrolladla, su alcance, métricas y resultados, además de un análisis de todo lo ejecutado.
- Pagar oportunamente los aportes al Sistema de Seguridad Social y parafiscales propios y del personal que requiera en la ejecución del contrato.
- Utilizar en toda la publicidad que realice de los productos de la Industria de Licores del Valle, las frases restrictivas contenidas en la ley 30 de 1986, que dice: "El exceso de

alcohol es perjudicial para la salud" y la Ley 124 de 1994, que dice: "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad".

- Mantener indemne a la ILV de cualquier reclamación del personal y/o entidades que se utilicen para la ejecución del presente contrato.
- Garantizar plena confidencialidad de la información manejada en reuniones de equipo o a las cuales tengan acceso, durante la ejecución del contrato, así como no retirar o divulgar documentación e información de propiedad de la ILV.

NOTA: Todos los diseños y estrategias publicitarias para posicionar las marcas de la INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE a nivel nacional, así como los diseños y estrategias publicitarias para el reposicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional y en general todas las piezas publicitarias que se desarrollen en la ejecución del presente contrato serán de propiedad de la INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE, por ser una obra por encargo y cede a la INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE todos los derechos patrimoniales relacionados con la piezas publicitarias antes mencionadas, pudiendo la INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE utilizarlas por el tiempo que considere necesario y modificarlas cuando lo estime conveniente. Los respectivos diseños serán enviados a la ILV en medio magnético.

✓ PLAZO DE DURACIÓN: El plazo de ejecución será hasta el 31 de diciembre de 2026 y cuatro (4) meses más, para la liquidación del contrato.

3. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACIÓN

El proceso que se adelantará se sustenta en el Manual de contratación de la Industria de Licores del Valle.

Artículo 32. MODALIDADES DE SELECCIÓN: La escogencia de los contratistas por parte de la Industria de Licores del Valle se desarrollará de conformidad con las siguientes modalidades:

(...)

Numeral 6. CONTRATACIÓN DIRECTA: La escogencia del contratista se adelantará bajo esta modalidad en los siguientes eventos":

2. En razón a la naturaleza del bien, obra o servicio, o las circunstancias del contrato a celebrar y sin consideración a la cuantía.

q. Cuando se trate de contratos de publicidad, comunicación, mercadeo y logística de mercadeo. La Industria de Licores del Valle adelantará proceso de contratación directa cuando se trate de la celebración de contratos cuyos objetos comprendan publicidad, comunicación, mercadeo y logística de mercadeo.

4. ANÁLISIS QUE SOPORTA EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

JUSTIFICACIÓN DEL VALOR:

El valor estimado de este contrato se desprende de los objetivos específicos y estrategias a desarrollar según plan de comunicación el cual hace parte del plan mercadeo para el año 2026, para lo cual se obtuvieron las siguientes cotizaciones presentadas:

DESCRIPCION DETALLADA SERVICIO	CANTIDAD	CREATING 360	SITE MARKETING 360	CW MEDIA GROUP
1.Planeación estratégica: Diseñar y ejecutar una estrategia digital alineada con los objetivos comerciales de la marca, Definir público objetivo, tono de comunicación y posicionamiento, presentar un plan de trabajo mensual o trimestral con acciones, fechas y entregables, ajustar la estrategia según resultados y métricas si es necesario	3 (marcas: Aguardiente Blanco del Valle, Aguardiente Origen del Valle, Ron Marques del Valle, marca corporativa ILV)	117.000.000	112.500.000	95.000.000
2. Creación y gestión de contenidos: Proponer conceptos creativos para campañas, lanzamientos y fechas especiales, desarrollar piezas graficas (post, stories, banners, reels animaciones, videos etc), ejecutar producción básica de video (grabación, edición y adaptación a redes), redacción de copys publicitarios y textos comerciales, asegurar coherencia visual con la identidad de la marca	Mensual 11 meses	195.000.000	187.500.000	120.000.000
3.Gestión de redes sociales: administrar perfiles oficiales de las marcas (Facebook, Instagram, tik tok, youtube u otros), elaborar y ejecutar un calendario editorial mensual sujeto a aprobación previa entregando parrilla de contenidos con 15 días de anticipación, crear y publicar contenido gráfico, audiovisual y escrito,	Mensual 11 meses	117.000.000	112.500.0000	70.000.000

moderar comentarios y mensajes directos, responder a la comunidad siguiendo el protocolo de respuesta definido y reportar crisis reputacionales o comentarios sensibles. Mantener coherencia con el tono, valores e identidad visual de la marca.				
4. Gestión de página web: Administrar, actualizar y mantener la página web oficial de la marca, garantizar el correcto funcionamiento técnico del sitio, actualizar contenidos, imágenes, textos y secciones según requerimientos de la marca, optimizar la página para experiencia de usuario (UX) y navegación, implementar buenas prácticas básicas de SEO, Velar por la seguridad, backups y correcta visualización en dispositivos móviles, Coordinar cualquier desarrollo adicional previa aprobación de la marca.	Mensual 11 meses	78.000.000	75.000.000	35.000.000
5. Pauta digital: Planear, configurar y optimizar campañas pagas (Meta Ads, Google Ads, etc.), definir segmentaciones, presupuestos y objetivos, cumplir políticas de plataformas para publicidad de alcohol, optimizar campañas para mejorar rendimiento, alcance y resultados, entregar reportes detallados de inversión, resultados y	Mensual 11 meses	78.000.000	75.000.000	40.000.000

métricas.				
6.Gestión de influencers y creadores de contenido: Identificar, proponer y gestionar influencers alineados con los valores de la marca, presentar a la marca perfiles, métricas y costos antes de cualquier contratación, gestionar negociaciones, entregables y cronogramas con los influencers, supervisar el contenido publicado por los influencers, garantizar que el contenido cumpla con normas legales, mensajes responsables y lineamientos de marca, entregar reportes de resultados de cada campaña con influencers.	4.000.000 mensual x 10 meses	40.000.000	40.000.000	40.000.000
7. Uso de marca o imagen: Informes mensuales de desempeño, Métricas claras: alcance, engagement, crecimiento, resultados de pauta, análisis de resultados y recomendaciones, Comparativos mes a mes, asistir a reuniones de seguimiento con la marca según lo acordado.	Mensual 11 meses	39.000.000	37.500.000	30.000.000
8. Cubrimiento de eventos: realizar cobertura audiovisual de eventos, activaciones, lanzamientos y experiencias de marca organizados o patrocinados por la ILV, registrar audiovisualmente los momentos representativos de la	8 eventos x mes	76.000.000	70.000.000	200.000.000

marca, garantizando visibilidad del producto y correcta aplicación de la identidad visual, disponer del personal técnico necesario para la cobertura (fotografía y/o video) conforme a lo previamente acordado, producir piezas de contenido derivadas del evento (fotografías, videos cortos, reels, historias, aftermovies u otros formatos digitales, entregar el material final editado en un plazo máximo acordado entre las partes, contado a partir de la fecha del evento. Garantizar que el contenido cumpla con los lineamientos legales aplicables a la publicidad de bebidas alcohólicas.				
9. Control y manejo del ppto para inversión en pauta de acuerdo a las estrategias presentadas en Plan Estratégico Digital, ejecución de campañas de pauta digital en los distintos canales (Facebook, Instagram y TikTok y google ads) según las necesidades de la ILV y sus marcas. Garantía de que la inversión en meta (FacebooK e Instagram) se refleje en facturación a nombre de la ILV, conforme a los lineamientos administrativos establecidos.	4.000.000 mensual x 10 meses	40.000.000	40.000.000	40.000.000
TOTAL		780.000.000	750.000.000	700.000.000

Dados los requerimientos y necesidades de la Industria de Licores el Valle, se decidió seleccionar la propuesta de menor valor económico ya que ofrece una relación costo–beneficio más favorable, sin afectar la calidad de los entregables ni el cumplimiento de las obligaciones solicitadas, por lo cual resulta la opción más conveniente para los intereses de la marca y para cual se estima que el

presupuesto oficial del contrato es hasta SETECIENTOS MILLONES DE PESOS ($700.000.000) IVA incluido.

➢ IMPUTACIÓN PRESUPUESTAL: El valor del contrato se imputará al rubro presupuestal No. 2.4.5.02.08.01W, "Serv de publicidad, venta espa" según certificado de disponibilidad adjunto.

5. CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MÁS FAVORABLE

- OFERTA ECONÓMICA: El valor del patrocinio incluye todos los costos directos e indirectos en que incurra el contratista para la ejecución de las actividades descritas en las obligaciones, así como el pago de los impuestos.

- REQUISITOS JURÍDICOS: El contratista debe aportar los documentos jurídicos que a continuación se relacionan:

a. CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL: Original del certificado de existencia y representación legal de la sociedad expedida por la Cámara de Comercio del domicilio social, con fecha de expedición no mayor a treinta (30) días calendario anteriores a la fecha de la apertura de la presente contratación y que su objeto social debe ser igual o similar al que se pretende contratar en la presente invitación o Registro Mercantil para persona natural.

b. CEDULA DE CIUDADANIA: Adjuntar copia de la cedula de ciudadanía del representante legal y/o persona natural.

c. HOJA DE VIDA: Diligenciar y presentar la hoja de vida para persona jurídica y/o persona natural. Cuya información corresponda a lo suministrado en los soportes.

d. REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO: El oferente deberá presentar el registro único tributario RUT expedido por la DIAN y actualizado, tanto del representa legal como de la persona jurídica.

e. CERTIFICACIÓN DE PAZ Y SALVO DE APORTES PARAFISCALES: Adjuntar certificación suscrita por el revisor fiscal y/o el representante legal, donde conste que el proponente se encuentra a paz y salvo, en cuanto al pago de los aportes parafiscales y contribuciones al Sistema de Seguridad Social Integral, con base en lo establecido en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, de los seis (06) meses anteriores a la fecha de apertura de la presente invitación y/o planilla de pago de Seguridad Social y aportes parafiscales del mes inmediatamente anterior para persona natural. (Nota: Si la empresa cuenta con revisor fiscal, la certificación deberá estar suscrita por este y adjuntar la copia c.c. – copia T.P y certificado junta de contadores con la vigencia suscrita en el mismo, si la empresa no cuenta con revisor fiscal, la certificación deberá estar suscrita por el representante legal y contador, adjuntar la copia c.c. – copia T.P y certificado junta de contadores con la vigencia suscrita en el mismo).

f. DECLARACIÓN DE NO ESTAR INCURSO EN INHABILIDADES E INCOMPATIBILIDADES: Certificar que no se encuentra incurso en ninguna de las causales de inhabilidad o incompatibilidad establecidas en la Constitución o la ley, especialmente las establecidas en la Ley 80 de 1993, el artículo 13 de la ley 1150 de 2007 y el Decreto 2474 de 2008;

afirmación que se entiende hecha bajo la gravedad del juramento, con la firma de la carta presentación.

g. BOLETIN DE LA CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA: Consultarlos en el siguiente link (https://www.contraloria.gov.co/control-fiscal/responsabilidad-fiscal/certificado-de-antecedentes-fiscales)

h. ANTECENDENTES DISCIPLINARIOS DEL REPRESENTANTE LEGAL: Consultarlos en el siguiente link (https://www.procuraduria.gov.co/portal/Certificado-de-Antecedentes.page)

i. CERTIFICADO DE ANTECEDENTES JUDICIALES: Consultarlos en el siguiente link (https://antecedentes.policia.gov.co:7005/WebJudicial/)

j. CONSULTA DE INHABILIDADES POR DELITOS SEXUALES: Consultarlos en el siguiente link (https://inhabilidades.policia.gov.co:8080/)

k. CONSULTA DE MEDIDAS CORRECTIVAS: Consultarlos en el siguiente link (https://srvcnpc.policia.gov.co/PSC/frm_cnp_consulta.aspx)

l. CONSULTA DEL REGISTRO DE DEUDORES ALIMENTARIOS MOROSOS – REDAM: Consultarlos en el siguiente link (https://redam.gov.co/)

m. CERTIFICACIÓN BANCARIA: Presentar certificación bancaria vigente, donde conste el nombre del titular, clase de cuenta y número de la cuenta, en la cual se realizará la transferencia de los recursos del contrato en el evento de que resulte favorecido con la adjudicación del proceso.

n. DECLARACION DE ORIGEN DE FONDOS: El oferente y/o los miembros de la unión temporal y/o consorcio, deberán presentar de manera individual una declaración expresa y voluntaria en forma escrita, informando que actúa en su propio nombre y/o de la persona jurídica o propuesta conjunta que representa, incluyendo las siguientes manifestaciones:

- Indicación del origen o fuente del capital y patrimonio que empleara, invertirá o utilizara en la ejecución del contrato, en caso de serle adjudicado.
- Constancia de que el capital y el patrimonio que empleara invertirá o utilizará en la ejecución del contrato, en caso de serle adjudicado, no proviene de ninguna actividad ilícita de las contempladas en el Código Penal Colombiano o en cualquier norma concordante que lo complemente, modifique o adicione.
- El compromiso de que no admitirá que terceros efectúen depósitos a sus cuentas como contratistas del estado, con fondos provenientes de actividades ilícitas, contempladas en el Código Penal Colombiano, o cualquier norma concordante que lo complemente, lo modifique o adicione.
- Que, durante la ejecución del contrato, en caso de serle adjudicado, no efectuará transacciones destinadas a actividades ilícitas a favor de personas relacionadas en las mismas.
- Que cualquier violación al presente compromiso, dará lugar a la terminación del contrato, en caso de que le sea adjudicado.
- En caso de propuestas conjuntas, cada uno de sus integrantes, presentará la declaración de origen de fondos antes descrita.

✓ COMITÉ EVALUADOR: La verificación de la oferta y su correspondiente evaluación estará a cargo del Subgerente comercial y de mercadeo y secretaria general y jurídica.

6. ANALISIS DEL RIESGO A QUE SE ENCUENTRA EXPUESTO EL CONTRATO

Considerando los aspectos técnicos, económicos, financieros, y del mercado para evitar la ocurrencia de situaciones y materialización de riesgos que afecten la cabal ejecución del contrato, a continuación, se realiza la tipificación, descripción y asignación de los posibles riesgos:

Tipificación	Descripción	Valoración del Riesgo	Impacto	Asignación
Sociales o políticos	Conflictos armados, paros, protestas, etc.	ALTO	2	Contratista
De la naturaleza	Lluvias prolongadas o excesivas, inundaciones, sequias, movimientos telúricos, etc.	ALTO	3	Contratista
Regulatorios	Cambios en tarifas, cambios de regímenes regulatorios, cambios en impuestos, tazas, contribuciones, etc.	BAJO	1	Contratante

7. GARANTIAS

Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones, el contratista deberá constituir los siguientes amparos:

a. Cumplimiento: Por el 20% del valor del contrato, por el termino de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más.
b. Salarios y Prestaciones Sociales: Por el 5% del valor del Contrato, por el término de ejecución del Contrato y Tres (3) años más.
c. Amparo Autónomo de Responsabilidad Civil Extracontractual: Por 200 SMMLV por el término de duración del contrato.

8. ANÁLISIS REFERENTE A SI EL CONTRATO SE ENCUENTRE SOMETIDO A ACUERDOS COMERCIALES.

Se establece que el contrato a suscribir no se encuentra cobijado por algún acuerdo comercial, para lo cual es necesario verificar la guía publicada por Colombia Compra Eficiente a este respecto.

JULIAN MAURICIO DORADO BETANCOURTH
Subgerente Comercial y de Mercadeo

JOSE MORENO BARCO
Vo. Bo. Gerente General

Revisó: David Fernando Monzón - Subgerente Financiero
Carim Alexis López Rodríguez – Secretaria General y Jurídica
Elaboró: Vanessa Alzate Zuluaga – Jefe de Canales y Ventas