J2 26000295

INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE
NIt. 890.399.012-0

Nº SC 639-1

Palmira, 29 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 objetivo social la Industria de Licores del Valle ha propuesto dentro de sus objetivos estratégicos generar márgenes de rentabilidad de un 20% cada año, asegurando la sostenibilidad y recuperación del patrimonio e Implementar en la Industria de Licores del valle una estrategia para incrementar sus ventas en 22% durante el periodo de gobierno.

Para el cumplimiento de estos objetivos estratégicos se ha desarrollado un Plan de Mercadeo para vigencia de 2026, el cual comprende diversas variables encaminadas a promover tanto las ventas y consumo de los productos, así como también lograr posicionamiento y recordación en todas sus marcas y de su imagen institucional.

Basado en la sentencia C-032 de 2025, proferida por la Corte Constitucional, la cual declaró inexequibles los incisos primero y segundo del artículo 28 de la Ley 1816 de 2016, que permitían a los departamentos suspender hasta por 6 años la expedición de permisos para la introducción de aguardientes nacionales o extranjeros en sus jurisdicciones. La Corte argumentó que estas normas violaban:

- El principio de libre competencia (artículo 333 de la C.P.), al otorgar ventajas competitivas absolutas a las licoreras departamentales y excluir a otros productores.
- La naturaleza del monopolio rentístico (artículo 336 de la C.P.), que no justifica restricciones comerciales desproporcionadas, ya que el recaudo de rentas no depende de excluir competidores.
- La libertad de elección de los consumidores (artículo 78 de la C.P.), al limitar la oferta a los productos de la licorera local.

Esta decisión judicial implica en la práctica la extinción del monopolio comercial del Aguardiente Blanco en el departamento del Valle de Cauca, dado que las diferentes marcas que se comercializan en otros departamentos pueden ahora vender sus productos dentro del Valle. Así mismo, podría representar una oportunidad de expansión comercial para la Industria de Licores del Valle

Ante esta nueva realidad de mercado y reglas de juego, la Industria de Licores del Valle debe prepararse para enfrentar los siguientes desafíos:

- **Pérdida de cuota actual de mercado.** La Industria de Licores del Valle podría ser superada por licoreras más grandes e innovadoras que aprovecharán la nueva realidad para tomar el mercado del Valle del Cauca, entre estas empresas esta la Fábrica de Licores de Antioquia, la Industria de Licores de Caldas y la Empresa de Licores de Cundinamarca, que son jugadores importantes en la industria con sus productos Aguardiente Antioqueño, Aguardiente Amarillo y Aguardiente Néctar, Ron Viejo de Caldas.

- **Oportunidad de crecimiento:** La ILV podría comercializar sin restricciones las marcas de Aguardiente y Rones otros departamentos y aumentar su cuota de mercado actual.

La Industria de Licores del Valle desde el año 2024 se ha enfocado en la innovación, por lo que ha venido ampliando el portafolio de productos y las presentaciones comerciales, todas estas acciones son con el propósito de cumplir los objetivos estratégicos y lograr que sus marcas ocupen el Top Of Mind del Consumidor y Permanecer en la mente de los integrantes de los grupos de interés, como una empresa responsable, rentable, competitiva, personal calificado y ambientalmente sostenible.

La Industria de Licores del Valle cuenta con marcas emblemáticas como Blanco del Valle y Origen del Valle con sus productos Aguardiente Blanco del Valle Sin Azúcar 29°, Aguardiente Blanco del Valle Sin Azúcar Night 27°, Aguardiente Blanco del Valle Sin Azúcar Fiesta 24°, Aguardiente Origen de Valle Sin Azúcar 29°, Aguardiente Origen de Valle Sin Azúcar Atardecer 24°, Aguardiente Origen de Valle Sin Azúcar Fusión 24°, Aguardiente Origen de Valle Sin Azúcar Nocturno 24°, Ron Marques del Valle 8,3 y 15 años, productos que representan tradición, identidad regional y calidad.

En un mercado altamente competitivo y en constante evolución y los resultados de la apertura de mercados. resulta fundamental fortalecer el posicionamiento de estas marcas tanto en el departamento del Valle del Cauca como a nivel nacional.

La contratación de una agencia de publicidad especializada permite desarrollar estrategias de comunicación creativas, coherentes y efectivas, orientadas a conectar emocionalmente con los consumidores, incrementar la recordación de marca y diferenciar nuestros productos frente a la competencia. Asimismo, una agencia profesional garantiza el diseño y producción de campañas y piezas gráficas de alta calidad, alineadas con las tendencias del mercado.

En conclusión, la contratación de una agencia de publicidad constituye una herramienta estratégica y necesaria para el cumplimiento de los objetivos institucionales, comerciales y misionales de la Industria de Licores del Valle.

De acuerdo con lo anterior, se hace necesario, conveniente y oportuno contratar una agencia de publicidad que desarrolle el concepto creativo, diseño grafico y artes finales de las campañas del portafolio de la Industria de Licores del Valle.

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: Servicios profesionales de agencia de publicidad para la conceptualización, creación, diseño, desarrollo, producción de campañas publicitarias de las marcas del portafolio de productos de la ILV.

- 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 requerida se encuentra en la PAA 2026 identificada con el código UNSPSC:

Segmento	Familia	Clase	Producto	Nombre
82000000	82100000	82101800	82101800	Agencia de Publicidad

- 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 TÉCNICAS:

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

- Un (1) director creativo, con experiencia de dos años en el diseño de campañas de productos de consumo masivo.
- Dos (2) diseñadores gráficos con experiencia de dos años en el diseño de campañas de productos de consumo masivo.
- Un (1) Editor y animador, responsable de la edición y animación de contenido audiovisual, asegurando calidad visual y coherencia narrativa.
- Un (1) Ejecutivo De cuenta, responsable de la gestión y coordinación de cuentas, actuando como enlace entre la ILV y la agencia para el cumplimiento de objetivos.

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:

a) Diseñar la conceptualización de campañas publicitarias para las marcas Blanco del Valle, Origen del Valle, Marques del Valle y la marca Institucional.
b) Diseñar la conceptualización para una campaña publicitaria de responsabilidad social enfocada al consumo responsable.
c) Desarrollar todas las piezas graficas de comunicación de la campaña de consumo responsable.

d) Desarrollar todas las piezas graficas de comunicación necesarias para cada una de las campañas y en los formatos requeridos por la ILV.
e) Diseñar los conceptos de campaña para una (1) nueva marca que llegase a desarrollar la Industria de Licores del Valle.
f) Realizar todas las adaptaciones o cambios requeridos en las etiquetas de las presentaciones comerciales del portafolio de producto actual que llegase a requerir la ILV.
g) Apoyar la gestión creativa de redes sociales y plataformas digitales en sinergia con la agencia digital.
h) Diseñar todas las piezas gráficas acorde a los lineamientos de las campañas requeridos por la agencia digital, para la comunicación en la página web www.ilvalle.com.co
i) Adatar los diseños a diferentes formatos y tamaños y requerimientos de impresión acorde a los lineamientos de las campañas de los productos de la ILV para los medios digitales y tradicionales Prensa, Revista, Medios Exteriores en pequeño y gran formato.
j) Garantizar la producción de dos (2) jingles según las marcas autorizadas por el Subgerentes Comercial y de Mercadeo, con las adaptaciones en 5,15 y 20 segundos.
k) Diseñar todas las piezas publicitarias en formato Audiovisual acorde a los lineamientos de las campañas de los productos de la ILV en los formatos para televisión y pantallas digitales.
l) Realizar todas las adaptaciones en formato audiovisual, requeridas conforme a las fichas o medidas entregadas por la Subgerencia Comercial y de Mercadeo.
m) Desarrollar tres (3) manuales de marca conforme el requerimiento de la subgerencia Comercial y de Mercadeo.
n) Garantizar la producción de un (1) video publicitario en la cual se incluye Preproducción, producción y postproducción, el cual incluya diferentes adaptaciones según el lugar a utilizar.
o) Diseñar material publicitario para punto de venta (POP), incluyendo, sin limitarse a ello, afiches, habladores, cenefas, stoppers, colgantes, exhibidores, pendones, vinilos, wobblers y demás piezas promocionales.
p) Garantizar la toma de veintisiete (27) fotografías profesionales a las presentaciones comerciales correspondientes al portafolio de productos.
q) Garantizar la toma de fotografías y videos profesionales de estudio, realizando la planeación, producción y ejecución de las sesiones fotográficas profesionales para las marcas autorizadas. Incluye: proponer conceptos creativos, estilos visuales y referencias acordes con la identidad de la marca, seleccionar y gestionar modelos mayores de edad, alineados con los valores de la marca, coordinar la logística de las sesiones fotográficas, incluyendo locación, vestuario, maquillaje y dirección creativa.
r) Garantizar la compra de material POP generico acorde a los requerimientos y especificaciones técnicas de la ILV.
s) Garantizar la calidad técnica y estética del material fotográfico producido, entregar las fotografías finales editadas en formatos digitales acordados y asegurar que las imágenes cumplan con la normativa legal aplicable a la publicidad de bebidas alcohólicas.
t) Garantizar la entrega de las fotografías para la disponibilidad del banco de imágenes propio de la Industria de Licores del Valle, para las campañas publicitaras.
u) Desarrollar un cronograma que defina los tiempos de entrega de las campañas y piezas graficas requeridas por la subgerencia comercial y de mercadeo
v) Garantizar la disponibilidad de espacio pago en Google Drive para el almacenamiento de todas las piezas publicitarias desarrolladas por la agencia, las cuales debe ser entregadas en formatos PDF y archivos editables.
w) Garantizar que los diseños cumplan con la normativa aplicable a la publicidad de bebidas alcohólicas.
x) Utilizar en todas las piezas graficas y de video las frases restrictivas contenidas en la Ley 30 de 1986 "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud" y la ley 124 de 1994 "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad".
y) Garantizar el cumplimiento del Código Colombiano de Autorregulación Publicitario.
z) Cumplir con la entrega de soporte de pago y derechos de uso de imágenes con derecho de autor.

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 las 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

HISTÓRICO DE CONTRATACIONES EN EL SISTEMA ELECTRÓNICO PARA LA CONTRATACIÓN PÚBLICA.

La entidad realizó consulta en la página de Colombia Compra eficiente, para verificar las condiciones del mercado con otras entidades que han contratado relativo a contratar la trasmisión de mensajes publicitarios en medios radiales, de acuerdo con el sistema electrónico para la contratación pública (SECOP II) se obtuvo la siguiente información:

Contratante	tipo de Contrato	Duración	Código UNSPSC	Objeto	Valor
Industria de Licores de Caldas	Régimen Especial	309 días	80141604 Servicio de Posicionamiento del nombre de los productos	Contratar los servicios profesionales como agencia de publicidad para la marcas de la Industrias de Licores de Caldas	348.961.620.00
Dirección de Impuestos y Aduna Nacionales	Convenio _Interadministrativo	95 días	82101800 Servicio de Agencia de Publicidad	Servicio de Central me de medios, así como la planeación, diseño, producción y ejecución de las estrategias creativas de la DIAN	1.000.000.000.00
Instituto para el Desarrollo de Antioquia IDEA	Convenio _Interadministrativo	320 días	82101800 Servicio de Agencia de Publicidad	Creación, desarrollo, Conceptualización de campañas y estrategias comunicacionales para atender las necesidades de comunicación publica del Instituto para el desarrollo de Antioquia	2.000.000.000.00

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	INSIDE MEDIA	IMAGINARTE MARKETING SAS	SIGNOS MEDIA
1.	Diseñar la conceptualización de campañas publicitarias para las marcas Blanco del Valle, Origen del Valle, Marques del Valle y la marca Institucional.	100.000.000	120.000.000	117.000.000
2.	Diseñar la conceptualización para una campaña publicitaria de responsabilidad social enfocada al consumo responsable.	18.000.000	18.000.000	18.000.000
3.	Desarrollar todas las piezas graficas de comunicación de la campaña de consumo responsable.	20.000.000	20.000.000	20.000.000
4.	Diseñar los conceptos de campaña para una (1) nueva marca que llegase a desarrollar la Industria de Licores del Valle.	25.000.000	45.000.000	30.323.530
5.	Realizar todas las adaptaciones o cambios requeridos en las etiquetas de las presentaciones comerciales del portafolio de producto actual que llegase a requerir la ILV.	17.000.000	17.000.000	17.000.000
6.	Diseñar todas las piezas gráficas acorde a los lineamientos de las campañas requeridos por la agencia digital, para la comunicación en la página web www.ilvalle.com.co	54.000.000	60.000.000	56.000.000
7.	Adatar los diseños a diferentes formatos y tamaños y requerimientos de impresión acorde a los lineamientos de las campañas de los productos de la ILV para los medios digitales y tradicionales Prensa, Revista, Medios Exteriores en pequeño y gran formato.	27.700.000	24.700.000	24.700.000
8.	Garantizar la producción de dos (2) jingles según las marcas autorizadas por el Subgerentes Comercial y de Mercadeo, con las adaptaciones en 5,15 y 20	20.000.000	20.000.000	20.000.000

	segundos.			
9.	Diseñar todas las piezas publicitarias en formato Audiovisual acorde a los lineamientos de las campañas de los productos de la ILV en los formatos para televisión y pantallas digitales.	25.000.000	25.000.000	25.000.000
10.	Realizar todas las adaptaciones en formato audiovisual, requeridas conforme a las fichas o medidas entregadas por la Subgerencia Comercial y de Mercadeo.	15.000.000	15.000.000	15.000.000
11.	Desarrollar tres (3) manuales de marca conforme el requerimiento de la subgerencia Comercial y de Mercadeo.	30.000.000	30.000.000	28.500.000
12.	Garantizar la producción de un (1) video publicitario en la cual se incluye Preproducción, producción y postproducción, el cual incluya diferentes adaptaciones según el lugar a utilizar.	20.000.000	26.518.487	26.518.487
13.	Diseñar material publicitario para punto de venta (POP), incluyendo, sin limitarse a ello, afiches, habladores, cenefas, stoppers, colgantes, exhibidores, pendones, vinilos, wobblers y demás piezas promocionales.	40.000.000	60.000.000	50.000.000
14.	Garantizar la toma de veintisiete (27) fotografías profesionales a las presentaciones comerciales correspondientes al portafolio de productos.	27.000.000 fotografías, ajustes y retoques	37.000.000	30.000.000
15.	Garantizar la disponibilidad de espacio pago en Google Drive para el almacenamiento de todas las piezas publicitarias desarrolladas por la agencia, las cuales debe ser entregadas en formatos PDF y archivos editables	1.484.874 (5 tb anual)	3.000.000	2.000.000
16.	Desarrollar todas las piezas graficas de comunicación necesarias para cada una de las campañas y en los formatos requeridos por la ILV.	25.000.000	25.000.000	25.000.000

17.	Compra de material POP genérico acorde a los requerimientos y especificaciones técnicas de la ILV.	151.000.000	151.000.000	151.000.000
	TOTAL	701.000.000	801.000.000	752.000.000

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 UN MILLONES DE PESOS ($701.000.000) IVA incluido.

➢ IMPUTACIÓN PRESUPUESTAL: El valor del contrato se imputará al rubro presupuestal No.2.4.5.02.08.01W, 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, Subgerencia Financiera 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. GARANTÍAS

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 Rodriguez – Secretaria General y Jurídica
Elaboró: Vanessa Alzate Zuluaga – Jefe de Canales y Ventas