INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE

890.399.012-0

N° SC 639-1

Palmira, 29 de enero de 2026

ESTUDIO PREVIO DE ANÁLISIS 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 del 23 de diciembre de 2021, que adopta la actualización del Manual de Contratación de la Industria de Licores del Valle.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD

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.

Con el fin de cumplir su misión institucional y los compromisos gubernamentales, la entidad debe mantener una sólida presencia de marca y una imagen corporativa favorable que le permita incrementar su participación de mercado, fortalecer la recordación de sus marcas y consolidar su posicionamiento en el territorio.

Para dar cumplimiento a su objeto social, y a los cometidos gubernamentales, la Industria de Licores del Valle debe mantener presencia y buena imagen empresarial que le permita la consecución de sus metas y por ende, el mejoramiento de sus ingresos.

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.

La Industria de Licores del Valle (ILV) enfrenta actualmente un entorno altamente competitivo en el mercado de bebidas alcohólicas en el Valle del Cauca. Este cambio se debe, en parte, a la reciente decisión de la Corte Constitucional de eliminar el monopolio departamental sobre la comercialización de aguardientes, permitiendo la entrada de productos nacionales y extranjeros en la región.

Ante este nuevo panorama, es esencial que la ILV adopte una estrategia de mercadeo integral que le permita mantener y fortalecer su presencia en el mercado. Esto implica desarrollar un plan de medios efectivo que garantice la difusión de su mensaje a la mayor audiencia posible, asegurando presencia en todos los canales donde se encuentre su público objetivo en los departamentos donde se comercializa los productos.

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 ese marco, la ILV ha diseñado su Plan de Mercadeo para el año 2026, el cual contempla diversas acciones orientadas a la promoción del portafolio, la diversificación de productos y el fortalecimiento de la presencia comercial de la entidad.

La Industria de Licores del Valle contrato los servicios de la agencia de publicidad, quienes desarrollaran las campañas y realizaran las piezas graficas de comunicación, dichas campañas incluyen la creación de piezas publicitarias que se requieren sean difundidas a través de diversos medios de comunicación, como prensa, medios alternativos (vallas, pantallas, murales, cajas de luz) y formatos especiales de publicidad comercial

Dentro de los medios analizados esta la Radio, en particular, se destaca como un medio eficaz por su amplio alcance, su segmentación por zonas geográficas y su presencia en plataformas digitales, lo que permite adaptarse al comportamiento y hábitos de consumo de las audiencias. Por esta razón, la ILV identifica la necesidad de emitir cuñas publicitarias en emisoras con altos índices de audiencia, cobertura y penetración en el mercado regional y nacional.

El ranking de audiencia en Cali, basado en las mediciones del **ECAR (Estudio Continuo de Audiencia de Radio)** más recientes de 2025, muestra un dominio claro de las emisoras musicales y un crecimiento notable de los medios públicos.

- Olímpica Stereo Cali **(104.5 FM):** Se consolida como la emisora **número uno** en sintonía general en la ciudad.
- Tropicana**:** Mantiene una fuerte competencia en el segmento popular y musical, ubicándose históricamente en el podio de las más escuchadas.
- **Radio Uno:** Figura consistentemente entre las preferidas del público caleño por su enfoque en música popular y vallenato.
- Boom FM **(99.1 FM):** Ha logrado posicionarse en el podio de sintonía nacional y local gracias a su propuesta de "radio libre".

Otras Emisoras con Alta Penetración

- **Juveniles:** La Mega y Mix dominan el segmento de público joven en la frecuencia FM de la ciudad.
- **Musicales Especializadas:** Bésame (romántica) y El Sol (salsa) mantienen nichos de audiencia muy sólidos en la capital del Valle del Cauca.

Dentro de los Medios Alternativos, se incluyen espacios publicitarios como pantallas, pórticos y vallas, los cuales están ubicados en puntos clave como los aeropuertos. Estos lugares son especialmente relevantes debido a su alto tráfico de viajeros tanto nacionales como internacionales, lo que amplifica el impacto de las campañas, La industria de Licores del Valle

Otro de los medios son las vallas tubulares, las cuales han demostrado, con base en la experiencia institucional y estudios de mercado, un alto nivel de efectividad en la comunicación de mensajes publicitarios.

Estas estructuras permiten una exposición permanente, continua y de alto impacto visual, por el alto tráfico vehicular, logrando captar la atención del público objetivo e incidir de forma positiva en la percepción de marca y decisión de consumo.

Como histórico la Industria de Licores del Valle en el año 2025 realizó la inversión para comunicar las marcas Aguardiente Blanco del Valle y Aguardiente Origen así:

Tipo de Medio	Contratista	Inversion	Tiempo de Pauta	Zona de Pauta
Radio	Caracol Radio	$ 195.400.751	4 Meses	Valle del Cauca
Radio	Red Sonora Radio	$ 54.923.870	4 Meses	Valle del Cauca
Radio	Olimpica	$ 149.755.220	4 Meses	Valle del Cauca
Radio	Radio Cadena Nacional RCN	$ 117.617.696	4 Meses	Valle del Cauca
Radio	Radio Planeta	$ 30.000.000	4 Meses	Valle del Cauca
radio	OtrosDptos	$ -		
Radio	W C CH Television S.A.	$ 48.057.841	4 Meses	Valle del Cauca
Vallas . Patallas Digital, Publicidad Exterior	Efectimedios	$ 670.000.000	6 meses	Valle del Cauca
Valla Tubulares	Digital Advertisement Group	$ 594.048.000	8 meses	Valle del Cauca
Vallas Terminales y Aeropuerto Otros Dptos	RG Media	$ 70.659.708	2 meses	Quindio - Risaralda
Total Inversion en Pauta 2025		$ 1.930.463.086		

Por lo anterior y con fin de cumplir los objetivos en términos de publicidad, se hace necesario y pertinente contratar un operador de medios, toda vez que esto permitirá agilidad y eficiencia en la ordenación, ejecución y control de pautas publicitarias y comunicación de la Industria de Licores del Valle en medios de comunicación masivos y alternativos, publicidad exterior y demás pauta publicitaria requerida por el área de mercadeo.

2. OBJETO CONTRACTUAL Y ESPECIFICACIONES

- TIPO DE CONTRATO: Prestación de servicios y Publicidad
- OBJETO: Servicio de agencia de medios ATL (Above The Line) para desarrollar y ejecutar la estrategia de comunicación de la Industria de Licores del Valle.
- OBJETIVO ESTRATEGICO: El objeto de la contratación apunta al cumplimiento del siguiente objetivo:

Objetivo	Aplica
Margen de Rentabilidad	
Incrementar transferencias al departamento	
Incrementar unidades de botellas vendidas	X
Satisfacción al cliente	
Nivel de aceptación de la empresa	
Seguridad del producto	
Capacidad gerencial y administrativa	
Competencia laboral	

➢ CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS: La necesidad requerida se encuentra en el PAA 2026 e identificada con el código UNSPSC:

Segmento	Familia	Clase	Producto	Nombre
82	10	15	01	PUBLICIDAD EN VALLAS
82	10	16	01	PUBLICIDAD RADIAL
82	10	17	02	PUBLICIDAD AEROPUERTO
55	10	15	00	PUBLICACIONES IMPRESAS ELECTRONICAS

➢ PLAZO DE EJECUCIÓN Hasta el treinta (30) de junio del 2026, previo perfeccionamiento, cumplimiento de los requisitos de ejecución y firma del acta de inicio

➢ ESPECIFICACIONES TÉCNICAS: El oferente deberá cumplir con las siguientes especificaciones técnicas:

➢ ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ESPACIOS AEROPUERTO:

- Una Pantalla doble cara led, hall central tamaño 5.76 mts x 2.88 mts, resolución de spot 1440x720 px, relación del aspecto 2:1, formato mp4 30fts y JPG.
- Quince caras Pantallas tipo Emupis tamaño de 75" – 85" , resolución de spot 2160 x 3840, formato mp4 30fts y JPG
- Impresión de vinilo adhesivo Avery Mate y Refilado para el túnel muelle 2 nacional, área de impresión 8.12 mts x 2.45, cada lado, material vinilo adhesivo avery 3800 calandrado
- Impresión vinilo adhesivo Avery 3800 calandrado área de impresión 13.09 mts x 2.88 mts, área visual 13.09 mts x 2.58 mts, mural de muelle 1, finalizado en laminado Averi mate y refinado a raz, resolución de impresión 1440 Dpi.
- Impresión vinilo adhesivo Avery 3800 calandrado, área 10.87 mts x 2.62 mtrs, área visual 10.70 mts x 2.42 mts, mural de muelle 2, finalizado en laminado Averi mate y refinado a raz, resolución de impresión 1440 Dpi.
- Impresión de Lonas Banner Print 13 oz Reverso Griz , Resolución 740 dpi para los pórticos externos en el muelle de llegada.
- Valla corpórea BILLBOARD 12,00 MTS X 3,00 MTS - ÁREA TOTAL: 36,00 mts2

➢ ESPECIFICACIONES TÉCNICAS VALLAS TUBULARES EXTERNAS:

- Impresión en banner plástico de 13 onzas , impreso a 1400 dpi, terminado brillante, impresión en troquelado en vinilo.
- Valla tubular con medida óptima de 12mts x 4 mts
- Vallas tubulares con iluminación.

➢ ESPECIFICACIONES TÉCNICAS RADIO:

- Medio radial reconocido en el Valle del Cauca.
- Raqueado dentro de los estudios de medición de audiencia.

➢ ESPECIFICACIONES TÉCNICAS TERMINALES DE TRANSPORTE:

- Impresión en banner plástico de 13 onzas, impreso a 1400 dpi, terminado brillante.

➢ EXPERIENCIA ESPECÍFICA. El oferente deberá acreditar experiencia con mínimo tres (3) contratos con igual o similar objeto a la presente contratación, cuyo valor corresponda a la sumatoria igual o mayor a 1010 SMMLV

IDONEIDAD: Para verificar la idoneidad, presentar la lista de clientes con los que tiene.

- FORMA DE PAGO: El valor del presente contrato será facturado en cinco (5) cuotas mensuales vencidas, cuyo valor corresponderá a la pauta publicitaria aprobada en el mes, y serán pagadas dentro de los treinta (30) días siguientes a la radicación de factura en la Subgerencia Financiera. Para efectuar el pago se requiere la factura, el informe supervisión y Certificación de Paz y Salvo al Sistema de Seguridad Social Integral y Parafiscales.

- CONTROL Y VIGILANCIA: La Supervisión del contrato estará a cargo de la Subgerencia Comercial y de Mercadeo o quien delegue el Gerente General.

- OBLIGACIONES DE LAS PARTES:

CONTRATISTA:

Para cumplir con la necesidad de la Industria de Licores del Valle, el contratista se compromete a:

- Cumplir con el objeto contractual y su alcance de conformidad con las condiciones técnicas exigidas.
- Diseñar un plan estratégico de medios en colaboración con la Subgerencia Comercial y de Mercadeo para el periodo de cinco (5) meses para las marcas Blanco del Valle, Aguardiente Origen del Valle Marques del Valle y la marca Corporativa a nivel nacional.
- Garantizar la ejecución presupuestal por tipo de medio

Radio	534.239.663	32%
Aeropuertos y Terminales de Transporte	760.114.325	45%
Vallas Tubulares	389.844.000	23%

- Solicitar los certificados de emisión de pauta a los diferentes medios que dé cuenta del cumplimiento de la transmisión de la pauta mensual.
- Solicitar evidencia fotográfica de la pauta en los espacios acordados ordenados.
- Informar a la ILV sobre propuestas interesantes y oportunas para pautar las marcas.
- Realizar reuniones de seguimiento, mínimo una vez al mes o cuando sea requerido por la Subgerencia Comercial y de mercadeo.
- Garantizar que las piezas de campaña sean aprobadas con la firma de la agencia creativa
- Definir el plan de trabajo y cronograma para dar cumplimiento que deberá ser aprobado por la Subgerencia Comercial y de Mercadeo.
- Garantizar todos los trámites administrativos para la contratación de los medios aprobados por la Subgerencia Comercial y de Mercadeo.
- Garantizar que todos los descuentos no condicionados que concedan los medios sean trasladados Industria de Licores del Valle, incluyendo la pauta bonificada.
- El Contratista se compromete a utilizar en toda la publicidad 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".
- Entregar a la Industria de Licores del Valle en cumplimiento a las obligaciones pactadas con las certificaciones de la pauta emitida, el cual debe ser por Escrito.
- Presentar Certificación de Paz y Salvo al Sistema de Seguridad Social o Planilla de Pago de la EPS y Pensiones, según el caso.

ILV

a) Suministrar la información que requiera el contratista para la correcta ejecución del objeto contractual.
b) Impartir las instrucciones al contratista, para la correcta ejecución del contrato.
c) Aprobar la distribución de la pauta mensual según los lineamientos presupuestales otorgados
d) Garantizar que en el plan de trabajo y cronograma participe la agencia creativa.

e) Realizar los trámites presupuestales para efectuar los pagos de la forma establecida en el contrato.
f) Hacer entrega de los artes con las especificaciones requeridas por el contratista.
g) Garantizar el pago de las obligaciones conforme al tiempo acordado en el contrato.

➢ PLAZO DE DURACIÓN: Hasta el 30 de junio de 2026, y cuatro (4) meses más para la liquidación.

3. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACIÓN

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. ANALISIS Y SOPORTE DEL VALOR DEL CONTRATO

➢ HISTORICO DE CONTRATACIONES EN EL SECOP: Consulta de procesos de contratación con en el sistema electrónico para la contratación pública (SECOP II), según el objeto a contratar:

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

Tarifas de pauta radio vigencia año 2025 – Valle del Cauca

CADENA	EMISORA	PROGRAMA	REFERENCIA	TARIFA SIN IVA	IVA 19%	TARIFA TOTAL
Caracol Radio	Tropicana	Musical	Cuña de 20"	$ 129.938	$ 24.688	$ 154.626
	Tropicana	Musical	Cuña deTexto 20"	$ 155.925	$ 29.626	$ 185.551
	Tropicana	Musical	REMOTO	$ 780.450	$ 148.286	$ 928.736
	Besame	Musical	Cuña de 20"	$ 75.797	$ 14.401	$ 90.198
	Besame	Musical	Cuña deTexto 20"	$ 90.956	$ 17.282	$ 108.238
	Besame	Musical	REMOTO	$ 557.000	$ 105.830	$ 662.830
Radsonora Radio	La Maxima	Musical	Cuña de 20"	$ 33.496	N/A	$ 33.496
	La Maxima	Musical	Cuña deTexto 20"	$ 33.008	N/A	$ 33.008
	Boom	Musical	Cuña de 20"	$ 38.520	N/A	$ 38.520
	Boom	Musical	Cuña deTexto 20"	$ 37.959	N/A	$ 37.959
Olimpica	Olimpica Stereo	Musical	Cuña de 20"	$ 67.000	$ 12.730	$ 79.730
	Olimpica Stereo	Musical	Cuña deTexto 20"	$ 45.000	$ 8.550	$ 53.550
	Mix	Musical	Cuña de 20"	$ 34.000	$ 6.460	$ 40.460
	Mix	Musical	Cuña deTexto 20"	$ 23.000	$ 4.370	$ 27.370
Sistema Colombiano de Radio	La Primerisima	Musical	Cuña de 20"	$ 73.000	$ 13.870	$ 86.870
	La Primerisima	Musical	Cuña deTexto 20"	$ 73.000	$ 13.870	$ 86.870
Radica Cadena Nacional	Radio Uno	Musical	Cuña de 20"	$ 66.800	$ 12.692	$ 79.492
	Radio Uno	Musical	Cuña deTexto 15"	$ 17.368	$ 3.300	$ 20.668
	El Sol	Musical	Cuña de 20"	$ 55.000	$ 10.450	$ 65.450
	El Sol	Musical	Cuña deTexto 15"	$ 20.232	$ 3.844	$ 24.076
Radio Planeta	RadioPlaneta	Musical	Cuña de 20"	$ 35.294	N/A	$ 35.294
W C CH Television S.A.	Candela	Musical	Cuña de 20"	$ 28.623	$ 5.438	$ 34.061
	Candela	Musical	Cuña deTexto 15"	$ 37.217	$ 7.071	$ 44.288
	Candela	Programa No me diga Mas	Cuña de 20"	$ 37.217	$ 7.071	$ 44.288
	Candela	Programa No me diga Mas	Cuña deTexto 15"	$ 48.297	$ 9.176	$ 57.473
	Candela	Musical	REMOTO	$ 2.089.261	$ 396.960	$ 2.486.221

Tarifas de pauta aeropuerto vigencia año 2025 – Valle del Cauca

TIPO DE ELEMENTO	TARIFA MES	VALOR UNA PRODUCCION
MURAL MUELLE INTERNACIONAL	$11.600.000,00	$ 3.200.000
MURAL LLEGADAS MUELLE 1	$20.025.000,00	$ 7.060.000
PAQUETE 3 PORTICOS SALIDA EQUIPAJES MUELLE 1	$51.571.000,00	$ 11.370.000
PANTALLAS CIRCUITO DIGITAL MUELLES NACIONALES	$34.000.000,00	
DOMINACION TUNEL MUELLE 2	$13.144.000,00	$ 11.420.000
PORTICO – MURAL LLEGADA INTERNACIONAL	$13.144.000,00	$ 5.305.000
VALLA CORPOREA EXTERNA	$22.178.000,00	$ 5.670.210
VALLA EXTERNA SALIDAD NACIONAL	$16.435.000,00	$ 6.000.000

Tarifa Alquiler de Vallas y Producción Lonas vigencia año 2025

Alquiler Espacio	No. Vallas	Mes	Valor sin Iva	19%	Valor Total con Iva
$ 4.800.000	12	8	$ 460.800.000	$ 87.552.000	$ 548.352.000,0
Produccion	No. Impresiones		Valor sin Iva		Valor Total con Iva
$ 1.600.000	24		$ 38.400.000	$ 7.296.000	$ 45.696.000,0
				Inversión Total	$ 594.048.000,0

Variables a tener en cuenta en la estimación de los valores presupuestados

Radio

- Audiencia y cobertura:
- Perfil del oyente: Segmentación demográfica (edad, género, nivel socioeconómico) y comportamiento de escucha.
- Frecuencia y horario: Días y horas de mayor audiencia, repetición de cuñas.
- Tarifa: Por volumen de cuñas descuentos

Vallas Tubulares (Exterior)

- Ubicación estratégica: Visibilidad de la valla, flujo vehicular y peatonal en la zona.
- Normativa local: Restricciones de tamaño, altura y ubicación, asegurando que no obstruya visibilidad de placas o vías.
- Lugar: Departamento donde se pautará
- Tiempo de exposición: Impacto según la duración que el transeúnte tiene para ver el anuncio.
- Tarifa: Por volumen de vallas y periodo descuentos

Estaciones de Transporte

- Flujo y perfil de pasajeros: Volumen de usuarios diarios y nivel socioeconómico de la zona de influencia.
- Ubicación dentro de la estación o Aeropuerto: Puntos de mayor permanencia (escalera, sala de espera, maleteros, ingresos, salidas.
- Lugar: Departamento donde se pautará
- Tipo de formato: Digital o estático, y su compatibilidad con el entorno de la estación.
- Exclusividad por parte del aeropuerto para la comercialización de medios
- Tarifa: por volumen y periodo descuentos o bonificados

Modelos de Pago agencias:

- **Fee Mensual (Retainer):** Una tarifa fija por servicios continuos.
- **Comisión por Inversión:** Un porcentaje de lo que el cliente gasta en medios (ej. un % de la pauta en Radio, TV u otros).
- **Pago por Proyecto:** Precio cerrado por una campaña específica.

Para la Industria de Licores del Valle es ideal el modelo por comisión, ya que se fundamenta en la ejecución de la pauta.

De acuerdo con las variables mencionadas, la experiencia e idoneidad requerida, la industria de Licores del Valle ha estimado el presupuesto del contrato en MIL SETECIENTOS SESENTA Y NUEVE MILLONES DOSCIENTOS NOVENTA Y CINCO MIL NOVENTA Y CINCO PESOS MCTE ($1.769.295.095) IVA incluido. Este valor incluye la comisión de la agencia, estimada en 6%.

➢ IMPUTACIÓN PRESUPUESTAL: El valor de este contrato se pagará al contratista con cargo al Rubro Presupuestal No.2.4.5.02.08.01W "Publicidad", según certificado de disponibilidad adjunto.

5. CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA

La Industria de Licores del Valle, celebrará el contrato con la empresa que demuestre experiencia y capacidad técnica para la ejecución de las obligaciones contractuales.

- OFERTA ECONÓMICA: El oferente deberá presentar la oferta económica, en la que la cual debe indicar la forma de pago Fee mensual o porcentaje de la inversión publicitaria.

- 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)

  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, Subgerente Financiero y Secretaria General y Jurídica.

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

El contratista tendrá la absoluta responsabilidad en la ejecución de todas las actividades necesarias para el total y cabal ejecución del objeto contractual; considerando todos los aspectos técnicos, económico, financieros, y del mercado para evitar la ocurrencia de situaciones y materialización de riesgos que afecten el cabal ejecución del contrato y en tal evento, serán de su cargo y responsabilidad los costos que esto conlleve, con excepción de situaciones de fuerza mayor y/o caso fortuito y en todas aquellas donde el contratista demuestre que no tuvo responsabilidad.

Tipificación

Tipificación	Descripción	Valoración del Riesgo	Impacto	Asignación
Sociales o Politicos	Rotacion de Personal durante la ejecucion del contrato	Alto	2	Contratista
Tecnico y Tecnologico	Perdida de informacion en plataformas de datos , perdida del servicio de internet para el envio de piezas publicitarias	Alto	3	Contratista
Regulatorios	No realizar oportunamente el pago de parafiscales	Bajo	1	Contratista
Regulatorios	Desconocimiento del Codigo Colombiano de Publicidad	Bajo	1	Contratista
Regulatorios	Sanciones por la no utilizacion de 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 "Prohibase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad".	Alto	3	Contratista
Regulatorios	Cambios en tarifas, cambios de regimenes regulatorios, cambios en impuestos, tazas, contribuciones, etc.	Bajo	1	Contratista

7. GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO

La firma seleccionada deberá constituir pólizas de seguros a favor de la Industria de Licores del Valle, que ampare los siguientes riesgos:

a) Cumplimiento: Por el 20% del valor del Contrato, por el termino de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más.

b) Calidad del servicio: Por el 20% del valor del Contrato, por el termino de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más.

c) Salarios y prestaciones sociales: Por el 5% del valor del contrato, por el término de ejecución del contrato y tres (3) años más.

d) Calidad de los bienes 20% por el termino de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más.

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
Gerente General

Revisó: David Fernando Monzón - Subgerente Financiero
Carim Alexis López Rodríguez – Secretaria General y Jurídica
Elaboró: Ximena Saavedra – Técnica II