



PRESENTACION DE ESTUDIOS PREVIOS

ENTIDAD	MUNICIPIO DE FACATATIVA
DEPENDENCIA QUE PROYECTA	SECRETARIA DE PRENSA Y COMUNICACIONES
FECHA	JUNIO 2026

1. VEEDURIAS CIUDADANAS Y CONTROL SOCIAL

En cumplimiento a lo establecido en el artículo 66 de la Ley 80 de 1993, SE CONVOCA PÚBLICAMENTE A LAS VEEDURÍAS CIUDADANAS, a las diferentes asociaciones cívicas, comunitarias, de profesionales, benéficas o de utilidad común, gremiales, universidades y centros especializados de investigación, que estén interesadas, para que realicen control social al proceso de contratación a través de los presentes estudios previos.

Con lo anterior y para efectos legales se entiende convocada a la veeduría Ciudadana.

2- NECESIDAD QUE SE PRETENDE SATISFACER

(Decreto 1082 de Mayo 26 de 2015 Numeral 1 Art. 2.2.1.1.2.1.1 Modificado por el artículo 1 del Decreto 399 del 13 de abril de 2021)

2.1. DESCRIPCION DE LA NECESIDAD

Con el presente estudio previo el municipio de Facatativá, a través de la OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES, se permite dejar constancia del análisis realizado en la etapa de planeación y estructuración desde las siguientes perspectivas según el desagregado que se presenta a lo largo del estudio previo:

La Constitución Política de Colombia establece en su artículo 2º, que uno de los fines del Estado es: "Servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación".

Ahora bien, dentro de las facultades del Alcalde Municipal, está la de contratar la adquisición de los diferentes bienes y servicios requeridos para el normal funcionamiento de la entidad en cumplimiento de su misión Constitucional y Legal.

Que conforme a lo dispuesto en el artículo 311 de la Constitución Política de Colombia, "Al municipio como entidad fundamental de la división político-administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes".

Que la misión del municipio de Facatativá, definida en el Plan de Desarrollo "Facatativá Nuestra Casa" trabajaremos de la mano de todos los sectores de la sociedad, desde el gobierno y la comunidad hasta las organizaciones, gremios, también con las personas desde las más pequeñas hasta los más adultos y experimentados. Asumimos un pacto colectivo para vivir mejor: seguridad, convivencia, participación y resiliencia ciudadana. Una educación inclusiva, servicios de salud accesibles y amplias coberturas y fomento del deporte, la cultura y la inclusión social. También el compromiso de preservar el entorno natural, impulsar la innovación y generar oportunidades económicas para todos, desde una administración transparente y eficiente.





Que según el Decreto Municipal 081 del año 2017 "POR EL CUAL MODIFICA LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA, LA PLANTA DE EMPLEOS DEL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ CUNDINAMARCA, SE ACTUALIZA Y MODIFICA EL MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y DE COMPETENCIAS LABORALES DE LA ENTIDAD", corresponde, entre otras, a la OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES, adelantar labores administrativas necesarias acorde con la naturaleza de la dependencia y de sus funciones, entre las que se resaltan:

- Ejecutar las acciones tendientes a garantizar flujo de información, interna y externa a través de los canales oficiales de comunicación del Municipio.
- Asesorar a las dependencias y entidades del Municipio, en lo relacionado con la ejecución de eventos programados por el gobierno municipal, coordinando con los medios de comunicación el cubrimiento de las actividades y programas que desarrollan las autoridades, con el fin de obtener el respectivo registro visual, gráfico e impreso en dichos medios.
- Canalizar la información municipal hacia los medios de comunicación del ámbito nacional, regional y local, así como suministrar los elementos de soporte necesarios a nivel gráfico, visual e informativo.

Conforme lo anterior, la entidad tiene la necesidad de comunicar de forma asertiva, diversos temas, que resumimos en los siguientes:

1. Logros de la entidad
2. Información relevante
3. Campañas de promoción
4. Campañas de prevención
5. Gestión
6. Eventos
7. Servicios

En el marco de esta necesidad, la Alcaldía de Facatativá, como entidad pública, tiene la responsabilidad de comunicar de manera efectiva sus programas, proyectos y acciones a la ciudadanía, promoviendo la transparencia, la participación ciudadana y el fortalecimiento de la imagen institucional, en cumplimiento de los principios de **publicidad y acceso a la información pública establecidos en la Ley 1712 de 2014**.

Asimismo, el Plan de Desarrollo Municipal requiere estrategias de comunicación que garanticen la difusión de iniciativas clave, como programas sociales, obras públicas y actividades culturales, para maximizar su impacto en la comunidad.

El manejo del plan de medios y la producción de material publicitario (POP) son herramientas esenciales para lograr estos objetivos. Un plan de medios bien estructurado permite optimizar la difusión de mensajes a través de canales como radio, prensa, televisión, redes sociales y vallas publicitarias, asegurando un alcance amplio y focalizado en los habitantes de Facatativá.

Por su parte, el material POP (afiches, volantes, pendones, etc.) es fundamental para visibilizar eventos, campañas educativas y programas específicos en espacios físicos, especialmente en zonas rurales y urbanas con menor acceso a medios digitales.

La contratación de una empresa especializada es primordial por las siguientes razones:

En este sentido, el contrato contempla la inclusión de material impreso, piezas publicitarias, elementos promocionales (POP), producción audiovisual y herramientas tecnológicas, los cuales cumplen una función estratégica dentro del proceso de comunicación pública, así:

1. Material impreso y piezas gráficas (volantes, plegables, afiches, periódicos, pendones, pasacalles, vallas):

Permiten la divulgación de información institucional en espacios físicos, facilitando el acceso a la información a población que no cuenta con conectividad digital, especialmente en zonas rurales y sectores con limitaciones tecnológicas, garantizando cobertura territorial y democratización de la información.

2. Piezas publicitarias para señalización e identidad institucional (vinilos, backing, acrílicos, carnets):



Contribuyen al fortalecimiento de la imagen institucional, la organización de espacios de atención y la visibilidad de la Administración Municipal en escenarios comunitarios y eventos oficiales.

- 3. Material promocional o POP (esferos, cuadernos, agendas, gorras, camisetas, bolsas ecológicas, mugs, memorias USB):

Constituyen herramientas de apoyo en las estrategias de comunicación, promoción y pedagogía institucional, especialmente en el desarrollo de campañas, jornadas, ferias y actividades comunitarias, permitiendo reforzar los mensajes institucionales, generar recordación en la ciudadanía y facilitar la apropiación de la información por parte de los diferentes grupos poblacionales.

- 4. Producción audiovisual y contenidos digitales:

Resulta indispensable para la generación de material informativo dinámico, atractivo y de alto impacto, que permita la difusión a través de redes sociales, plataformas digitales y otros canales de comunicación, ampliando el alcance de las campañas institucionales y facilitando la interacción con la ciudadanía.

- 5. Licencias de software y herramientas tecnológicas:

Son necesarias para la creación, edición, producción y difusión de contenidos digitales y audiovisuales, garantizando el uso de plataformas legales, seguras y con las capacidades técnicas requeridas para el desarrollo de productos comunicativos de calidad.

- 6. Mayor visibilidad: Incremento en el alcance de las comunicaciones de la Alcaldía, fortaleciendo la percepción positiva de la gestión municipal.

- 7. Inclusión: Llegada efectiva a toda la población, incluyendo sectores rurales y vulnerables, mediante materiales físicos y medios tradicionales.

- 8. Transparencia: Proceso contractual documentado en SECOP II, reduciendo riesgos de irregularidades.

- 9. Eficiencia presupuestal: Optimización de los recursos destinados a comunicación, con resultados medibles.

Adelantar un proceso contractual para contratar una empresa que maneje el plan de medios y la impresión de material POP es primordial para cumplir con los objetivos de comunicación de la Alcaldía de Facatativá, garantizar el acceso a la información pública y maximizar el impacto de las políticas municipales. La contratación de un proveedor especializado asegura profesionalismo, eficiencia y cumplimiento normativo, contribuyendo al fortalecimiento de la gestión pública y la confianza ciudadana.

Es importante resaltar que la entidad tiene de conformidad con la constitución y la ley, brindar servicios y acciones a la ciudadanía que permitan el uso y disfrute de sus derechos, como el de la salud, educación, cultura, deporte y demás, los cuales no se pueden ejercer de forma plena al no acceder a los programas o servicios que la alcaldía presta por no tener canales de comunicación eficientes que permitan que los ciudadanos se enteren.

Entonces, el plan de medios es una estrategia compuesta por personal con experiencia en medios de comunicación, acceso a bases de datos y contactos que permitan bajo el estudio de parámetros determinar cuál es la mejor forma de comunicar, obteniendo mayor penetración, atención y haciendo que la comunicación de la entidad sea asertiva, oportuna y permanente.

Conforme lo anterior, la Entidad para garantizar la generación de información veraz, oportuna y permanente sobre la gestión adelantada, la oferta de servicios y demás, ha estimado conveniente CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y LA IMPRESIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA EL DESARROLLO, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DEL GOBIERNO "FACATATIVÁ NUESTRA CASA"

Así las cosas la Administración Municipal tiene una problemática que desea resolver, para lo cual se requiere generar una alianza contractual o comercial con diferentes medios de comunicación de diferente naturaleza que le permita comunicar al mayor publico posible nuestra oferta institucional, los servicios y programas que se tiene, dada la capacidad limitada, así como la gestión realizada, para lo cual la labor de la CENTRAL DE MEDIOS toma una importancia estratégica de gran calado.



presupuestal DIS-2026001716 de la secretaria asesora de prensa y comunicaciones por el valor de CIENTO OCHENTA Y CINCO MIL PESOS M/CTE (\$185.000.000), por parte de las secretarías que se incorporan a este estudio previo se tiene el certificado de disponibilidad presupuestal DIS-2026001717 de la secretaria de desarrollo económico por el valor de SETENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$70.000.000) de los cuales VEINTE MILLONES DE PESOS M/CTE (\$20.000.000) se usaran dentro del presente proceso contractual y por último se tiene el Certificado de disponibilidad de la Secretaría de Transito 2026001718 por el valor de DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE (\$10.000.000), lo anterior el valor total del proceso contractual es por suma de **DOSCIENTOS QUINCE MILLONES DE PESOS M/CTE (\$215.000.000).**

5.2 JUSTIFICACION:

Para determinar el valor de la presente convocatoria la Oficina de Asesora de Prensa y Comunicaciones ha realizado un análisis del sector para la presente contratación, teniendo en cuenta el objeto del contrato, las condiciones y las especificaciones técnicas conforme la necesidad Mediante solicitud de cotizaciones, se obtuvo un sondeo en el mercado compuesto por 3 cotizaciones, las cuales se encuentran anexos al presente documento, así como un análisis de costos acorde al incremento porcentual.

La propuesta económica del oferente no podrá superar el valor estimado para el contrato que se pretende celebrar en su totalidad. Así mismo la propuesta no puede superar el valor total de la propuesta, tampoco podrá hacer uno o varios valores unitarios de los ítems que componen la propuesta con respecto al valor unitario promedio identificado en el estudio de mercado.

PLAZO DE EJECUCIÓN:

El contrato tendrá un término de ejecución de 05 meses o hasta agotar presupuesto, lo que ocurra primero, sin que en ningún caso exceda al 30 de diciembre de 2026. Contado a partir de la suscripción del acta de inicio.

VIGENCIA:

El contrato tendrá una vigencia igual al plazo de ejecución y seis (6) meses más. El término adicional al de ejecución, será solo con fines de liquidación del contrato y de sancionar al contratista en el evento que esto sea procedente.

FORMA DE PAGO:

El Municipio de Facatativá cancelará de la siguiente manera el valor del contrato:

PAGOS MENSUALES VENCIDOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE MONTO AGOTABLE Y BAJO LOS SIGUIENTES ÍTEMS:

a. Los pagos se realizarán mes vencido de manera proporcional a las pautas aprobadas y efectivamente emitidas cada mes y a la impresión de material, previa constancia de su publicación y cumplimiento de los requisitos de ley previamente aprobado por el supervisor.

b. Un (1) pago final correspondiente al 5% del valor total del contrato, con la suscripción y publicación de la liquidación del contrato.

PARÁGRAFO 1. Para efectos del pago el contratista deberá adjuntar la correspondiente factura y/o cuenta de cobro (según régimen aplicable; común o simplificado), así como la constancia del pago de aportes al sistema general de seguridad social en salud, pensiones, riesgos laborales y/o aportes parafiscales. El pago se realizara previo informe de supervisión y aprobación por parte del supervisor.

PARÁGRAFO 2. La acreditación de aportes parafiscales se deberá efectuar de conformidad con el establecido en la normatividad vigente.

PARÁGRAFO 3. El adjudicatario contratista debe indicar el número de cuenta activa y el nombre del titular de la misma en donde el Municipio consignara el respectivo pago. Cuando se realicen contratos con auto retenedores, deberán informar en la factura y/o cuenta de cobro (según régimen aplicable: común o simplificado) esta condición a

administrativos, mayores tiempos de ejecución y riesgos de desarticulación entre las estrategias de difusión y los productos comunicacionales requeridos para su implementación.

Por el contrario, la contratación integral permite garantizar uniformidad conceptual, coherencia gráfica, articulación operativa y control centralizado de las acciones de comunicación, optimizando el uso de los recursos públicos y facilitando el seguimiento a los resultados obtenidos. Adicionalmente, el mercado actual cuenta con operadores especializados con capacidad técnica para desarrollar integralmente servicios de comunicación estratégica, publicidad institucional, producción audiovisual, diseño gráfico, gestión de medios y suministro de material publicitario, circunstancia que garantiza la libre concurrencia y la pluralidad de oferentes.

La contratación propuesta también responde a necesidades específicas de distintas dependencias de la Administración Municipal. En el caso de la Secretaría de Movilidad, Tránsito y Transporte, se requiere fortalecer las acciones de sensibilización, educación y pedagogía vial mediante campañas dirigidas a peatones, ciclistas, motociclistas, conductores y demás actores viales, contribuyendo al cumplimiento de la meta MP222 relacionada con el diseño e implementación de estrategias creativas de sensibilización y cultura vial. Para ello se hace indispensable contar con material pedagógico, piezas gráficas, contenidos digitales, elementos publicitarios y herramientas de comunicación que permitan transmitir mensajes claros y efectivos orientados a la prevención de siniestros viales y la protección de la vida.

De igual manera, la Secretaría de Desarrollo Económico requiere fortalecer las estrategias de promoción turística del municipio mediante la producción de material informativo, avisos turísticos, elementos de orientación, piezas promocionales, material divulgativo y acciones de difusión que contribuyan al posicionamiento de Facatativá como destino turístico regional. Estas acciones se encuentran alineadas con el proyecto de inversión "Fortalecimiento de las experiencias turísticas contribuyendo al desarrollo económico de Facatativá", identificado con código BPIN 2024252690052, y con las metas MP288 "Realizar e implementar un (1) Plan de Señalización Turística" y MP289 "Mejorar dos (2) senderos turísticos diferentes a los del Parque Arqueológico".

En desarrollo de las actividades de diagnóstico y formulación adelantadas para la construcción del Plan de Señalización Turística del municipio, se identificó la necesidad de implementar mecanismos complementarios de orientación, interpretación y divulgación de la información turística en los principales senderos y atractivos turísticos del territorio, diferentes al Parque Arqueológico de Facatativá. Dicho diagnóstico evidenció que, además de la organización y estructuración de la información turística municipal, resulta indispensable disponer de elementos físicos y comunicacionales que permitan informar de manera clara, accesible y organizada las características, ubicación, importancia y recomendaciones asociadas a los diferentes atractivos turísticos y senderos priorizados.

En este sentido, la instalación de avisos informativos turísticos constituye una herramienta estratégica para fortalecer la experiencia de residentes y visitantes, facilitar la interpretación del territorio y promover el reconocimiento de los recursos naturales, culturales, históricos, arqueológicos y paisajísticos presentes en el municipio. Estos elementos permiten suministrar información relevante sobre sitios de interés, recorridos sugeridos, características patrimoniales y ambientales, recomendaciones para el adecuado uso de los senderos y demás aspectos de interés para los visitantes, contribuyendo al mejoramiento de las condiciones de acceso a la información turística.

Igualmente, estos elementos favorecen la articulación de los diferentes atractivos y productos turísticos bajo una imagen institucional homogénea, fortaleciendo la identidad territorial y consolidando un eje turístico integrado que permita visibilizar la oferta existente y potenciar su posicionamiento a nivel local y regional. La disponibilidad de información clara y uniforme facilita la conexión entre los distintos puntos de interés turístico, promueve recorridos más completos y fomenta una mayor permanencia de los visitantes en el territorio, generando impactos positivos sobre la economía local.

De manera complementaria, se identificó la necesidad de desarrollar estrategias de difusión y promoción turística a través de medios de comunicación, campañas publicitarias, piezas gráficas y contenidos digitales orientados a visibilizar los atractivos turísticos, senderos, experiencias y actividades desarrolladas en el municipio. Así mismo, se requiere contar con artículos promocionales y material divulgativo que permitan fortalecer las acciones de posicionamiento y apropiación de la identidad turística de Facatativá en escenarios institucionales, ferias, eventos, encuentros empresariales, actividades académicas y demás espacios de promoción territorial.

De manera independiente a las necesidades identificadas por la Secretaría de Desarrollo Económico para el cumplimiento de las metas y proyectos anteriormente descritos, y atendiendo los requerimientos propios de la Oficina de Prensa y Comunicaciones, la incorporación dentro del presente proceso contractual de elementos promocionales, material POP, herramientas de divulgación y licencias de software especializado obedece igualmente a necesidades

funcionales asociadas a la ejecución de las estrategias de comunicación institucional. Adicionalmente, para garantizar la adecuada producción, edición, gestión y difusión de los contenidos requeridos en el marco de la ejecución contractual, se hace necesario contar con licencias de software especializado para diseño gráfico, edición audiovisual, generación de contenidos digitales y apoyo a procesos creativos y comunicacionales. En tal sentido, se contempla la utilización de herramientas tecnológicas como CapCut, Google Flow, Artlist, Adobe Creative Cloud Suite y ChatGPT Pro, entre otras de características similares que resulten necesarias para el desarrollo de las actividades contratadas.

Estas plataformas permiten optimizar los procesos de creación de piezas gráficas, producción audiovisual, edición de video, generación de contenidos publicitarios, diseño de campañas institucionales, elaboración de material promocional y fortalecimiento de las estrategias de comunicación digital, garantizando estándares de calidad, eficiencia y oportunidad en la entrega de los productos requeridos por la Administración Municipal.

Para tal efecto, el contratista deberá suministrar las respectivas claves de acceso, licencias o credenciales de uso que permitan la operación de dichas herramientas durante la ejecución del contrato, asumiendo los costos asociados a su adquisición y disponibilidad. Lo anterior constituye un componente indispensable para el cumplimiento eficaz del objeto contractual, en la medida en que asegura la disponibilidad de los recursos tecnológicos necesarios para el desarrollo integral de los procesos de diseño, edición, producción y difusión de contenidos institucionales, turísticos, pedagógicos y publicitarios contemplados en las obligaciones contractuales.

Dichos componentes constituyen insumos complementarios para la producción, edición, gestión, difusión y apropiación de contenidos, permitiendo fortalecer la recordación de mensajes institucionales, la interacción con la ciudadanía y el desarrollo de campañas pedagógicas y promocionales en diferentes escenarios físicos y digitales.

En consecuencia, la contratación de los servicios para la ejecución del Plan de Medios y la producción e impresión de material publicitario e informativo constituye una necesidad real, actual y verificable de la Administración Municipal, toda vez que permite garantizar la adecuada difusión de la gestión institucional, fortalecer la transparencia, promover la participación ciudadana, apoyar las campañas de cultura vial, impulsar la promoción turística del municipio, contribuir al fortalecimiento de la oferta turística local y dar cumplimiento a las metas establecidas en el Plan de Desarrollo Municipal "Facatativá Nuestra Casa 2024-2027".

Por lo anterior, la contratación resulta jurídicamente procedente, técnicamente necesaria, financieramente viable y administrativamente conveniente, en la medida en que asegura una ejecución articulada de las estrategias de comunicación institucional, optimiza la inversión de los recursos públicos y contribuye de manera directa al cumplimiento de los objetivos misionales de la Administración Municipal de Facatativá.

2.3 OBJETIVO GENERAL

La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones como canal oficial de información de la Alcaldía Municipal de Facatativá, de la cual depende la divulgación y socialización al interior y exterior de la entidad, busca generar información de manera ágil, eficaz y eficiente en el marco de rendición de cuentas de la gestión del gobierno a la comunidad. Por eso es primordial dar a conocer mediante el desarrollo de campañas integrales de comunicación que le permitan a la Oficina Asesora de Prensa hacer promoción y divulgación de las actividades de la administración municipal en medios masivos y alternativos de comunicación. Por lo anterior se hace necesario:

"PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y LA IMPRESIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO E INFORMATIVO, ORIENTADOS AL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA VIAL, LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y LA DIFUSIÓN DE PROGRAMAS Y ACTIVIDADES DEL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ"

BENEFICIOS: Los beneficios para el municipio de Facatativá al realizar la contratación de una empresa especializada para manejar el plan de medios y la impresión de material POP son los siguientes:

- 1. Mayor Visibilidad y Comunicación Efectiva: La empresa diseñará estrategias de comunicación que amplifiquen la difusión de programas, proyectos y eventos municipales, asegurando que lleguen a un público amplio y segmentado (urbano y rural). Esto fortalece la imagen institucional y la percepción positiva de la gestión de la Alcaldía.
- 2. Inclusión de la Población: El material POP (afiches, volantes, pendones) y la pauta en medios tradicionales (radio, prensa) permiten llegar a sectores con acceso limitado a Internet, como las veredas de Facatativá, garantizando que toda la población esté informada sobre servicios, campañas de salud, educación o eventos culturales y deportivos.
- 3. Eficiencia en el Uso de Recursos: Una empresa especializada puede negociar tarifas competitivas con medios

de comunicación y proveedores de impresión, optimizando el presupuesto destinado a comunicación. Además, su experiencia reduce errores costosos, como reimpressiones o campañas ineficaces.

4. Fortalecimiento de la Participación Ciudadana: Una comunicación clara y estratégica fomenta la participación en iniciativas municipales, como jornadas de vacunación o ferias locales, incrementando el impacto de las políticas públicas.
5. Medición de Impacto: La implementación de métricas en relación a: (cobertura, alcance, engagement) para evaluar el desempeño de las campañas, permitirá ajustes en tiempo real y una mejor planeación de futuras estrategias de comunicación.
6. Apoyo a los medios de comunicación locales: Al realizar el plan de medios se incentiva la participación de los medios locales en el proceso contractual, se dinamiza la economía de Facatativá, generando empleo y fortaleciendo el tejido empresarial.
7. Optimización de Recursos Internos: La presente contratación permite que el personal de la Alcaldía optimice sus actividades administrativas, mejorando la eficiencia operativa de la entidad y el cumplimiento de metas.

En resumen, esta contratación no solo optimiza la comunicación Municipal, sino que también promueve inclusión, transparencia y desarrollo local, alineándose con los objetivos del Plan de Desarrollo Municipal y los principios de la gestión pública eficiente.

2 DESCRIPCION DEL OBJETO A CONTRATAR CON SUS ESPECIFICACIONES ESENCIALES Y LA IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR

(Decreto 1082 de Mayo 26 de 2015 Numeral 2 Art. 2.2.1.1.2.1.1 Modificado por el artículo 1 del Decreto 399 del 13 de abril de 2021)

3.1. OBJETO:

PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y LA IMPRESIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO E INFORMATIVO, ORIENTADOS AL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA VIAL, LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y LA DIFUSIÓN DE PROGRAMAS Y ACTIVIDADES DEL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ

3.2 ALCALCE DEL OBJETO:

Llegar a los más de 170 mil habitantes del municipio, a la población de la región y a nivel nacional, con información de manera ágil, eficaz y eficiente de la gestión del gobierno, mejorando los procesos de comunicación pública y administrativos dando cumplimiento a las metas del plan de desarrollo, abarcando todo el territorio del municipio, incluyendo el casco urbano y las zonas rurales para alcanzar:

1. Plan de Medios y Pauta Publicitaria

- **Diagnóstico de audiencias:** Identificar los canales más efectivos para cada tipo de campaña.
- **Estrategia de difusión:** Definir un cronograma de publicaciones para radio, televisión local, prensa y medios digitales.
- **Gestión de pauta:** Contratar, monitorear y optimizar los espacios publicitarios en los medios seleccionados.
- **Informes de impacto:** Entregar reportes métricos sobre el alcance y la efectividad de las publicaciones.

2. Diseño y Producción de Material Informativo

- **Diseño gráfico:** Crear conceptos visuales alineados con la identidad institucional del municipio.
- **Contenido editorial:** Redactar textos claros, accesibles y con lenguaje universal para la ciudadanía.
- **Formatos digitales:** Desarrollar piezas para redes sociales, videos cortos, infografías y boletines virtuales.

3. Impresión y Suministro de Material Publicitario

- **Impresión de gran formato:** Producir vallas, pasacalles, pendones y pancartas para eventos públicos.
- **Material POP e institucional:** Imprimir folletos, volantes, cartillas, afiches y guías turísticas.
- **Control de calidad:** Garantizar materiales resistentes y acabados de alta definición en toda la producción.

4. Líneas Temáticas Obligatorias

- **Cultura vial:** Campañas de prevención de accidentes, respeto a las señales y movilidad segura.
- **Promoción turística:** Difusión de atractivos históricos, gastronómicos y naturales del municipio.
- **Programas sociales:** Información sobre convocatorias, rendición de cuentas, salud, educación y cultura.

3.3. CLASIFICACION UNSPSC El objeto del contrato se puede codificar en el clasificador de bienes y servicios UNSPSC como se indica en la siguiente tabla:

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	NOMBRE
83	12	17	00	Servicio de comunicación masiva
82	10	19	00	Publicidad en periodicos
82	10	18	00	Servicios de agencia de publicidad
82	11	19	00	Servicio de noticias y publicidad
82	10	16	00	Publicidad difundida
55	10	15	00	Publicaciones impresas
82	10	18	00	Servicios de campañas publicitarias

3.4. ESPECIFICACIONES TECNICAS

Los siguientes son las especificaciones técnicas.

ITEM	NOMBRE	DESCRIPCIÓN ELEMENTO	CANT	UNIDAD DE MEDIDA
1	Aviso pauta publicitaria periódico regional página completa full color	Aviso publicitario en periódico regional, tamaño página completa impresión full color (4x4), con cobertura en zona urbana y rural. Incluye diagramación y publicación. El contratista deberá garantizar certificado de publicación y evidencia física o digital.	1	# de páginas
2	aviso pauta publicitaria periódico regional media página full color	Aviso publicitario en periódico regional, tamaño media página impresión full color (4x4), con cobertura en zona urbana y rural. Incluye diagramación y publicación. El contratista deberá garantizar certificado de publicación y evidencia física o digital.	1	# de páginas
3	aviso pauta publicitaria periódico regional contra portada publicación full color	Aviso publicitario en periódico regional, CONTRAPORTADA impresión full color (4x4), con cobertura en zona urbana y rural. Incluye diagramación y publicación. El contratista deberá garantizar certificado de publicación y evidencia física o digital.	1	# de páginas
4	aviso pauta publicitaria periódico local página completa full color	Aviso publicitario en periódico local, tamaño página completa impresión full color (4x4), con cobertura en zona urbana y rural. Incluye diagramación y publicación. El contratista deberá garantizar certificado de publicación y evidencia física o digital.	1	# de páginas
5	aviso pauta publicitaria periódico local media página full color	Aviso publicitario en periódico local, tamaño media página, impresión full color (4x4), con cobertura en zona urbana y rural. Incluye diagramación y publicación. El contratista deberá garantizar certificado de publicación y evidencia física o digital.	1	# de páginas
6	Emisión de cuña 30" segundos y con periodicidad mensual en horarios que vayan entre las 6:00 AM y las 9:00 PM	Emisión de cuñas radiales de 30 segundos, en emisora, en franjas entre 6:00 a.m. y 9:00 p.m. conforme a parrilla aprobada por el supervisor. Se deberá entregar certificado de emisión	1	# De cuña 30"
7	Emisión de cuña 20" segundos y con periodicidad mensual en horarios que vayan entre las 6:00 AM y las 9:00 PM	Emisión de cuñas radiales de 20 segundos, en emisora, en franjas entre 6:00 a.m. y 9:00 p.m. conforme a parrilla aprobada por el supervisor. Se deberá entregar certificado de emisión	1	# De cuña 20"
8	Pauta publicitaria en medio digital, publicación de noticias y banner en página principal y redes sociales	Banner horizontal en página principal y publicación de noticias de la administración en la sección de noticias y redes sociales del medio digital espacio mensual	1	Espacio mensual
9	Pauta publicitaria en formato full HD, de un minuto treinta segundos a tres minutos de duración (incluye grabación, edición, producción y entrevistas). En medio Regional	Difusión de piezas audiovisuales en formato Full HD, con duración entre 1:30 y 3:00 minutos, en medio regional. Incluyen preproducción, grabación, edición, musicalización y entrevistas. Será publicado en plataformas digitales de alto alcance y redes sociales (facebook, Instagram, You tube y Twitter)	1	# De videos
10	Medio impreso full color: 4x4 cmyk (cantidad mínima impresión 1 millares)	Producción de material impreso tipo periódico. Tamaño: 48 x 34 cms abierto, plegado a la mitad, 8 páginas tipo de papel: bond blanco 90 grs color: 4x4 cmyk (cantidad mínima de impresión tiraje de 1000)	1	Millar
11	Medio impreso full color: 4x4 cmyk (cantidad mínima impresión 1 millares)	Producción de material impreso tipo periódico. Tamaño: 52 x 39 cms abierto, plegado a la mitad, 16 páginas tipo de papel: bond blanco 90 grs color: 4x4 cmyk (cantidad mínima de impresión tiraje de 1000)	1	Millar

12	Esfero con marcación	Suministro de esferos institucionales con marcación full color, como pieza de apoyo comunicacional para estrategias de difusión, pedagogía y recordación institucional en actividades, jornadas y eventos. Bolígrafo con stylus touch medidas 14,9 cm. Acanalados con impresión en 4cm	1	Unidad
13	Vinilo adhesivo con formable	Impreso en alta resolución plastificado para mayor durabilidad con instalación en vehículos, edificios institucionales, cartelera, etc	1	Unidad
14	Porta pendón	Porta pendón Araña Tamaño 2mx1m.	1	Unidad
15	Banner	metro cuadrado de banner de 13 onz impreso en alta resolución. con instalación en fachadas y lugares requeridos por la administración	1	Unidad
16	Vinilo	Metro cuadrado de vinilo laminado impreso en alta resolución. con instalación en oficinas y elementos oficiales.	1	Unidad
17	Carnet	Carnet impreso a color por ambas caras en teslin tamaño 8.5x5.3 cm con porta carnet y cinta marcada en sublimación 4*4 full color de acuerdo a diseño	1	Unidad
18	impresión plegables oficio	Plegables Tamaño: oficio Full color 4*4 Material: Propalcote 150 gr a 4 partes Troquelado Diseño: suministrado por el supervisor del contrato	1	Unidad
19	impresión plegables carta	Plegables Tamaño: carta Full color 4*4 Material: Propalcote 150 gr a 4 partes Troquelado Diseño: suministrado por el supervisor del contrato	1	Unidad
20	impresión plegables tabloides	Plegables Tamaño: tabloide Full color 4*4 Material: Propalcote 150 gr a 4 partes Troquelado Diseño: suministrado por el supervisor del contrato	1	Unidad
21	Sombrillas	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Paraguas apertura automática y cierre manual. Mango curvo o espumado estructura en fibra de vidrio, filtro solar, con área de cobertura de 132 cm, mástil de metal con mango en madera o espumado, material: poliester 190t. Mango en material durable medidas: 27 pulgadas x 8 cascós. vara: 14 mm de diámetro. Cobertura: 115 cm. casco: 45 x 62 cm área aproximada de impresión: 20 a 25 cm de ancho por 9.38 cm de alto. a full color, con impresión en todos los cascós según diseño en sublimación	1	Unidad
22	Bolsas ecológicas	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. BOLSA ECOLOGICA: Tamaño 40cm x 37cm material tela madre selva blanco o natural con impresión full color en la parte delantera y manija del mismo color en sublimación el material debe garantizar durabilidad, calidad y resistencia del producto. las bolsas deben venir embaladas en paquetes de a 100 y deberán estar acordes al diseño entregado por el supervisor del contrato	1	Unidad
23	Mug	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana.. Mug en cerámica con cuchara, marcado a full color y personalizado en sublimación con los diseños enviados por el supervisor medidas: 10 cm x 8.2 cm de diámetro color: según el diseño con logo.	1	Unidad

ALCALDÍA DE
FACATATIVÁ

24	Pin	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Pin de esmalte para solapa con forma de bandera, fabricado en bronce con sistema de aguja y broche a presión de 2 x 2,5 cm y 1,2 mm de calibre, de acuerdo a los diseños enviados por el supervisor del contrato	1	Unidad
25	Separadores	Separador de páginas Material: propalcote de 250 gramos, troquelados e impresos a 4x4 tintas y laminados Tamaño final: 5x15cm Diseño: enviado por el supervisor	1	Unidad
26	Imán distintos usos cantidad mínima impresión 1 millar	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. IMÁN ; Tamaño: 5 x 8 cm Especificaciones: Imantado 4*0 full color Troquelado y plastificado de acuerdo a los diseños enviados por el supervisor	1	Millar
27	Agenda	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Agenda libreta pasta dura argollada earthpack , con esfero metálico personalizado con dos marcaciones a cuatro tintas. Banda elástica de cierre lateral y cinta separadora, 80 hojas de papel rayado, bond 90 gramos. Un separador propalcote 110 gr, 4*4 full color Medidas: 16.5 * 20.6 cm	1	Unidad
28	Libreta	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Libreta tipo Factory Tapa dura tipo. 80 hojas papel cuadriculado earth pack 70 gr con banda elástica con esfero en cartón con dos marcaciones, retráctil tinta negra. Dimensiones 11*17 cms Impresión full color con logos de la administración	1	Unidad
29	Cuaderno	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Cuaderno: Tamaño: Cuaderno argollado de 14 cm x 19 cm Especificaciones: tapas duras earthpack 150 gr full color Especificaciones: al interior 6 hojas tipo separador (12 paginas) a full color a doble cara propalcote 110 gr Especificaciones adicionales: 110 hojas cuadriculadas EarthPack al 70% 4*4 a una tinta	1	Unidad
30	LLAVERO	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Llavero stick con destapador de aluminio.	1	UND



31	LLAVERO ANTIESTRES	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Llavero antiestres , esferico.	1	UND
32	ESFÉROS ECOLÓGICO	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Esféros ecológico , sistema de apertura retráctil.	1	UND
33	TULA	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Tula tipo bolso , en colores institucionales, marcadas a una tinta	1	UND
34	LIBRETAS ARGOLLADAS	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Libretas argolladas , tamaño 12,5x17 cm, 150 páginas (75 hojas) impresas a una tinta, cuadriculadas, carátula en propalcote de 300 gramos, a color con la imagen institucional y calendario.	1	UND
35	SOMBRILLAS DE BOLSO	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Sombrillas automáticas de bolso, de mango resistente, marcadas con logo de la entidad entidad, a una tinta.	1	UND
36	CUADERNOS	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Cuadernos tamaño 22cms de alto x 16 cms de ancho, portada y contraportada en cartón de 18 mm impresa a full color, 100 hojas internas con papel bond de 7 grs y hoja de introducción de 200 grs. Tintas 4x4 y anillo metálico doble o	1	UND
37	CAMISETAS	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Camisetas tipo polo hombre/ mujer, color azul institucional de acuerdo al manual corporativo, logo de 39,5 cm de la ccf en la parte superior izquierda, bordado a cuatro hilos, tallaje comercial; logos en colores de acuerdo al manual corporativo.	1	UND
38	GORRAS	Suministro de elementos promocionales institucionales como estrategia de apoyo a la difusión, apropiación social de la información y fortalecimiento de campañas institucionales, utilizados en jornadas, ferias, intervenciones comunitarias y actividades de participación ciudadana. Gorras institucionales en malla, en policromía sublimada, bordado a cuatro hilos, tallaje comercial; logos	1	UND

39	BACKING	Backing publicitario ajustable 240 x 240 con bases metálicas y estuche para transportar.	1	UND
40	ACRÍLCOS PUBLICITARIOS	Letreros en acrílico 40 de ancho x 50 de alto, transparente, calibre 0.5 m, con impresión digital, para instalación en pared	1	UND
41	MANILLA EN SILICONA	Manilla en silicona, cerradas sin broche de diferentes colores, con logo cumpleaños 424 de Facatativá, impresión plana a 1x0 tinta	1	UND
42	CERTIFICADOS Y DIPLOMAS	CERTIFICADOS Y DIPLOMAS: Tamaño carta, impresión digital láser 4x0 tintas, sobre papel nacarado brillante de 280g, personalizados según instrucción de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Corporativa.	1	UND
43	PENDON VERTICAL	PENDON VERTICAL: Tamaño 2x1 m, impresión digital 4X0 tintas sobre banner de 14oz extra blanco en alta resolución 1440 DPI en una sola pieza, acabados con dos (2) tubos de aluminio y cuerda u ojales	1	UND
44	PENDONES TIPO ARAÑA	PENDONES TIPO ARAÑA: Tamaño 2x1. Display tipo araña fabricado en aluminio anodizado color negro. Incluye impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre banner blackout mate doble cara al tamaño anteriormente mencionado en una sola pieza, acabados con ojales metálicos, refuerzo de 5 cm por los cuatro (4) lados y maletín en lona negra para su transporte.	1	UND
45	PASACALLES	PASACALLES: Tamaño 8x1 m, impresión digital gran formato sobre banner de 14oz extra blanco en alta resolución a 1440 DPI en una sola pieza, incluye palos de madera a los extremos y perforaciones circulares de 1 cm para el viento con separación de 20 cm entre ellas. Instalados donde sea indicado por la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones, así como su respectiva desinstalación.	1	UND
46	VALLA	METRO CUADRADO PARA VALLA impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre sobre banner de 14oz en una sola pieza, instalada y tensada instalada según instrucción de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Corporativa, así como su respectiva desinstalación.	1	UND
47	ROMPETRÁFICO	ROMPETRÁFICO: Tamaño 200x100 cm, impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre vinilo adhesivo extra blanco, laminado mate e instalado sobre base en MDF de 12mm por ambas caras, incluye 2 patas metálicas en lámina de 1 1/2" y forradas en vinilo para sostenerse.	1	UND
48	PERIODICO	Tamaño tabloide americano cerrado 28.5x35 cm, abierto 57x35 cm, caja gráfica de 25.5x32 cm, 12 páginas, 3 cuartillas, impresas a 4x4 tintas sobre papel periódico de 60g y plegados en máquina (cantidad mínima de impresión 1000)	1	Millar
49	VOLANTES	VOLANTES: media carta, 4x0 tintas, refilados en propalcote de 90gr (cantidad mínima de impresión 1000)	1	Millar
50	AFICHES	medio pliego, 4x0 tintas, en propalcote de 200 gr. (cantidad mínima de impresión 1000)	1	Millar-
51	AVISOS EN VINOLO DIGITAL	Impresión digital 4x0 tintas, sobre vinilo blanco, laminado mate, montado en poliestireno calibre 30, con cinta doble faz 3M, tamaño 50 X70.	1	UND
52	ADHESIVO REFERENCIA 1	METRO CUADRADO VINOLO ADHESIVO Impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre vinilo adhesivo extra blanco, laminado mate o brillante según necesidad de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.	1	UND
53	ADHESIVO REFERENCIA 2	METRO CUADRADO VINOLO ADHESIVO Impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre vinilo adhesivo extra blanco, sin laminar.	1	UND
54	ADHESIVO REFERENCIA 3	METRO CUADRADO VINOLO ADHESIVO: Impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre vinilo adhesivo extra blanco, laminado mate o brillante, troquelado, según necesidad de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.	1	UND
55	ADHESIVO REFERENCIA 4	METRO CUADRADO VINOLO ADHESIVO: Impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre vinilo adhesivo extra blanco, sin laminar, troquelado, según necesidad de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.	1	UND

56	ADHESIVO REFERENCIA 5	PAPEL ADHESIVO: Impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre papel adhesivo, laminado mate o brillante, troquelado, de 20x20 cm, según necesidad de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones	1	UND
57	ADHESIVO REFERENCIA 6	PAPEL ADHESIVO: Impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre papel adhesivo, sin laminar, de 20x20 cm	1	UND
58	ADHESIVO REFERENCIA 7	PAPEL ADHESIVO: Impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre papel adhesivo, laminado mate o brillante, troquelado, de 10x10 cm, según necesidad de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.	1	UND
59	ADHESIVO REFERENCIA 8	PAPEL ADHESIVO: Impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre papel adhesivo, sin laminar, de 10x10 cm	1	UND
60	ADHESIVO REFERENCIA 9	PAPEL ADHESIVO: Impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre papel adhesivo, laminado mate o brillante, troquelado, de 5x5 cm, según necesidad de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.	1	UND
61	ADHESIVO REFERENCIA 10	PAPEL ADHESIVO: Impresión digital 4X0 tintas a 1440 DPI sobre papel adhesivo, sin laminar, de 5x5 cm	1	UND
62	MAGNÉTICO	METRO LÍNEAL DE MAGNÉTICO: Impresión en vinilo blanco laminado, mate o brillante, a 1440 DPI, mate o brillante, según necesidad de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones	1	UND
63	GORRAS TIPO TRUCKER	GORRA TIPO TRUCKER: en malla con frontal en un solo tono estampada con logos institucionales a 4 tintas	1	UND
64	GORRAS EN DRILL	GORRA TIPO DRILL, en un solo tono bordada con logos institucionales a 4 tintas	1	UND
65	MEMORIAS USB	MEMORIAS USB 3.0, con capacidad de 32 gb con marca institucional a una sola tinta tipo tarjeta	1	UND
66	LLAVERO METÁLICO	LLAVERO METÁLICO cromado en forma de casa con acabado polarizado con grabado láser, material: metal, de 4,4 x 4,4 cm, área de marca: 2,5 cm.	1	UND
67	PIN METÁLICO REFERENCIA 1	PIN METÁLICO: dorado de 1,5 cm de diámetro, con impresión láser, 4x0 tintas, con acabado resinado.	1	UND
68	PIN METÁLICO REFERENCIA 2	PIN METÁLICO: dorado de 2 cm de diámetro, con impresión láser 4x0 tintas, con acabado resinado.	1	UND
69	LICENCIA CAPCUT	Adquisición de ingreso a licencias mensuales a software del programa CAPCUT requeridas para la producción, edición, gestión y difusión de contenidos digitales en el marco del plan de medios, garantizando calidad técnica, legalidad en el uso de recursos audiovisuales y continuidad operativa del servicio.	1	UND
70	LICENCIA GOOGLE FLOW	Adquisición de ingreso a licencias mensuales a software del programa GOOGLE FLOW requeridas para la producción, edición, gestión y difusión de contenidos digitales en el marco del plan de medios, garantizando calidad técnica, legalidad en el uso de recursos audiovisuales y continuidad operativa del servicio	1	UND
71	LICENCIA ARTLIST	Adquisición de ingreso a licencias mensuales a software del programa ARTLIST requeridas para la producción, edición, gestión y difusión de contenidos digitales en el marco del plan de medios, garantizando calidad técnica, legalidad en el uso de recursos audiovisuales y continuidad operativa del servicio	1	UND
72	LICENCIA SUITE CREATIVE CLOUD	Adquisición de ingreso a licencias mensuales a software del programa SUITE CREATIVE CLOUD requeridas para la producción, edición, gestión y difusión de contenidos digitales en el marco del plan de medios, garantizando calidad técnica, legalidad en el uso de recursos audiovisuales y continuidad operativa del servicio	1	UND
73	LICENCIA CHATGPT PRO	Adquisición de ingreso a licencias mensuales a software del programa CHATGPT PRO requeridas para la producción, edición, gestión y difusión de contenidos digitales en el marco del plan de medios, garantizando calidad técnica, legalidad en el uso de recursos audiovisuales y continuidad operativa del servicio	1	UND

3.5 IDENTIFICACION DEL CONTRATO A CELEBRAR

El tipo de contrato a celebrar es: PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

4. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA, JUSTIFICACION Y FUNDAMENTOS JURIDICOS
(Decreto 1082 de Mayo 26 de 2015 Sección 2 Subsección 1 Art. 2.2.1.1.2.1.1 Modificado por el artículo 1 del Decreto 399 del 13 de abril de 2021)

4.1. MODALIDAD DE SELECCIÓN: SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA

4.2. JUSTIFICACIÓN Y FUNDAMENTOS JURÍDICOS:

El régimen jurídico aplicable al presente proceso de selección y al contrato que de él se derive, será el previsto en este pliego de condiciones, en las disposiciones pertinentes de las Leyes 80 de 1993 y 1150 de 2007 y los Decretos reglamentarios, en especial el Decreto 1082 de 2015. En lo que no se encuentra particularmente regulado, se aplicarán las normas comerciales y civiles vigentes.

Este proceso de selección se tramitará por la modalidad de Selección Abreviada de menor cuantía soportada en los fundamentos jurídicos que a continuación se relacionan:

De conformidad con lo estipulado en el numeral 2 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, la escogencia del contratista se efectuará por regla general a través de Selección Abreviada, con las excepciones que consagra la norma.

Sin perjuicio de las reglas generales aplicables a las modalidades de selección señaladas en el Decreto 1082 de 2015, el procedimiento para la Selección Abreviada de menor cuantía será el indicado en dicho Decreto.

4.3. APLICACIÓN DECRETO 248 DE 2021

4.3.1. ¿Cumple con mínimo el 30% de adquisición de alimentos comprados a pequeños productores agropecuarios y de la agricultura campesina, Familiar y Comunitaria Locales?

Si ☐ No ☒

El presente proceso no adquiere ningún tipo de alimento

4.3.2. ¿Se incluyen bienes y servicios que no están relacionados con el Artículo 2.201.1.3. Decreto 248 de 2021?

Si ☐ No ☒

El presente proceso incluye servicios de pauta en diferentes medios de comunicación radiales, de television, medios digitales y redes sociales, suministro de elementos publicitarios y material POP, así como la adquisición de licencias de software especializadas

5. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y JUSTIFICACION DEL MISMO
(Decreto 1082 de Mayo 26 de 2015 Sección 2 Subsección 1 Art. 2.2.1.1.2.1.1 Modificado por el artículo 1 del Decreto 399 del 13 de abril de 2021)

5.1 VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO:

DOSCIENTOS QUINCE MILLONES DE PESOS M/CTE (\$215.000.000) La propuesta económica, no podrá superar el valor estimado para el contrato que se pretende celebrar, la cual cuenta con certificado de disponibilidad

Una CENTRAL DE MEDIOS es una estrategia destinada a la planificación, realización y seguimiento de espacios publicitarios en medios de comunicación, gracias a su unidad de materia tiene la posibilidad de acceder a espacios de gran visibilidad y alcance, ideales para potenciar la comunicación.

Entonces el papel de CENTRAL DE MEDIOS juega un rol fundamental en el desarrollo de una estrategia de comunicaciones, puesto que permite tener acceso a diferentes formatos de comunicación, publicidad, medios, entre otras.

Que se ha identificado administrativamente una necesidad que consta en GENERAR INFORMACIÓN VERAZ, OPORTUNA Y PERMANENTEMENTE SOBRE LA GESTIÓN ADELANTADA, PERMITIENDO EL ACCESO A TODOS DE LOS SERVICIOS Y PROGRAMAS QUE LA ENTIDAD PUEDE OFRECER, razón por la cual en procura de que la entidad territorial pueda satisfacer la necesidad se propone adelantar proyecto.

2.2 JUSTIFICACION

La Administración Municipal de Facatativá, en cumplimiento de los fines esenciales del Estado y de los principios que orientan la función administrativa consagrados en el artículo 209 de la Constitución Política de Colombia, particularmente los de eficacia, economía, celeridad, publicidad, coordinación y transparencia, requiere adelantar la contratación para la ejecución del Plan de Medios y la producción e impresión de material publicitario e informativo orientado al fortalecimiento de la cultura vial, la promoción turística y la difusión de programas, proyectos y actividades institucionales.

De conformidad con el artículo 311 de la Constitución Política, corresponde al municipio promover el desarrollo integral de su territorio, la participación comunitaria y el mejoramiento social y cultural de sus habitantes. Para el cumplimiento de estas funciones resulta indispensable garantizar mecanismos efectivos de comunicación pública que permitan informar oportunamente a la ciudadanía, promover la participación ciudadana y fortalecer la relación entre la Administración Municipal y la comunidad.

Así mismo, la Ley 152 de 1994 establece como principios rectores de la planeación la coordinación, continuidad, eficiencia y complementariedad, los cuales obligan a las entidades territoriales a desarrollar acciones articuladas que garanticen la ejecución efectiva de los programas y proyectos contemplados en los planes de desarrollo. En este sentido, las estrategias de comunicación institucional constituyen un componente transversal para la materialización de las metas institucionales, toda vez que permiten divulgar acciones gubernamentales, socializar programas, promover cambios de comportamiento y generar procesos de apropiación ciudadana.

La necesidad identificada se encuentra directamente relacionada con la ejecución del proyecto de inversión denominado "Generación de comunicación e información para promover la confianza y la participación ciudadana en Facatativá", código BPIN 2024252690031, y con el cumplimiento de la meta 356 del Plan de Desarrollo Municipal "Facatativá Nuestra Casa 2024-2027", orientada a llegar como mínimo a 80.000 ciudadanos mediante estrategias de comunicación interactiva y en doble vía, con certificado de disponibilidad presupuestal DIS-2026001716 de la secretaria asesora de prensa y comunicaciones por el valor de CIENTO OCHENTA Y CINCO MIL PESOS M/CTE (\$185.000.000), por parte de las secretarías que se incorporan a este estudio previo se tiene el certificado de disponibilidad presupuestal DIS-2026001717 de la Secretaria de Desarrollo Económico por el valor de SETENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$70.000.000) de los cuales VEINTE MILLONES DE PESOS M/CTE (\$20.000.000) se usaran dentro del presente proceso contractual y por último se tiene el Certificado de disponibilidad de la Secretaria de Transito 2026001718 por el valor de DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE (\$10.000.000), lo anterior el valor total del proceso contractual es por suma de DOSCIENTOS QUINCE MILLONES DE PESOS M/CTE (\$215.000.000).

Para alcanzar dicho propósito, no resulta suficiente la simple adquisición de espacios de pauta publicitaria. Se requiere una estrategia integral que comprenda la planeación, producción, diseño, diagramación, difusión, seguimiento y evaluación de contenidos institucionales, así como la elaboración y suministro de piezas publicitarias, material impreso, elementos promocionales, señalética, herramientas digitales y demás componentes necesarios para garantizar una comunicación efectiva, coherente y alineada con la identidad institucional del municipio.

Desde el punto de vista técnico y administrativo, la integración del Plan de Medios, la producción de contenidos y la impresión de material publicitario en un único proceso contractual responde a los principios de economía, eficiencia y planeación previstos en la Constitución Política y en la Ley 80 de 1993. Adelantar procesos independientes para cada componente generaría duplicidad de actividades precontractuales y de supervisión, incremento de costos

El tipo de contrato a celebrar es: PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

4. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA, JUSTIFICACION Y FUNDAMENTOS JURIDICOS
(Decreto 1082 de Mayo 26 de 2015 Sección 2 Subsección 1 Art. 2.2.1.1.2.1.1 Modificado por el artículo 1 del Decreto 399 del 13 de abril de 2021)

4.1. MODALIDAD DE SELECCIÓN: SELECCIÓN ABREVIADA DE MENOR CUANTÍA

4.2. JUSTIFICACIÓN Y FUNDAMENTOS JURÍDICOS:

El régimen jurídico aplicable al presente proceso de selección y al contrato que de él se derive, será el previsto en este pliego de condiciones, en las disposiciones pertinentes de las Leyes 80 de 1993 y 1150 de 2007 y los Decretos reglamentarios, en especial el Decreto 1082 de 2015. En lo que no se encuentra particularmente regulado, se aplicarán las normas comerciales y civiles vigentes.

Este proceso de selección se tramitará por la modalidad de Selección Abreviada de menor cuantía soportada en los fundamentos jurídicos que a continuación se relacionan:

De conformidad con lo estipulado en el numeral 2 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, la escogencia del contratista se efectuará por regla general a través de Selección Abreviada, con las excepciones que consagra la norma.

Sin perjuicio de las reglas generales aplicables a las modalidades de selección señaladas en el Decreto 1082 de 2015, el procedimiento para la Selección Abreviada de menor cuantía será el indicado en dicho Decreto.

4.3. APLICACIÓN DECRETO 248 DE 2021

4.3.1. ¿Cumple con mínimo el 30% de adquisición de alimentos comprados a pequeños productores agropecuarios y de la agricultura campesina, Familiar y Comunitaria Locales?

Si ☐ No ☒

El presente proceso no adquiere ningún tipo de alimento

4.3.2. ¿Se incluyen bienes y servicios que no están relacionados con el Artículo 2.201.1.3. Decreto 248 de 2021?

Si ☐ No ☒

El presente proceso incluye servicios de pauta en diferentes medios de comunicación radiales, de television, medios digitales y redes sociales, suministro de elementos publicitarios y material POP, así como la adquisición de licencias de software especializadas

5. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y JUSTIFICACION DEL MISMO
(Decreto 1082 de Mayo 26 de 2015 Sección 2 Subsección 1 Art. 2.2.1.1.2.1.1 Modificado por el artículo 1 del Decreto 399 del 13 de abril de 2021)

5.1 VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO:

DOSCIENTOS VEINTICINCO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$225.000.000 La propuesta económica, no podrá superar el valor estimado para el contrato que se pretende celebrar, la cual cuenta con certificado de disponibilidad

presupuestal DIS-2026001716 de la secretaria asesora de prensa y comunicaciones por el valor de CIENTO OCHENTA Y CINCO MIL PESOS M/CTE (\$185.000.000), por parte de las secretarías que se incorporan a este estudio previo se tiene el certificado de disponibilidad presupuestal DIS-2026001717 de la secretaria de desarrollo económico por el valor de SETENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$70.000.000) de los cuales VEINTE MILLONES DE PESOS M/CTE (\$20.000.000) se usaran dentro del presente proceso contractual y por último se tiene el Certificado de disponibilidad de la Secretaria de Tránsito 2026001718 por el valor de DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE (\$10.000.000), lo anterior el valor total del proceso contractual es por suma de **DOSCIENTOS VEINTICINCO MILLONES DE PESOS M/CTE (\$225.000.000)**.

5.2 JUSTIFICACION:

Para determinar el valor de la presente convocatoria la Oficina de Asesora de Prensa y Comunicaciones ha realizado un análisis del sector para la presente contratación, teniendo en cuenta el objeto del contrato, las condiciones y las especificaciones técnicas conforme la necesidad. Mediante solicitud de cotizaciones, se obtuvo un sondeo en el mercado compuesto por 3 cotizaciones, las cuales se encuentran anexos al presente documento, así como un análisis de costos acorde al incremento porcentual.

La propuesta económica del oferente no podrá superar el valor estimado para el contrato que se pretende celebrar en su totalidad. Así mismo la propuesta no puede superar el valor total de la propuesta, tampoco podrá hacer uno o varios valores unitarios de los ítems que componen la propuesta con respecto al valor unitario promedio identificado en el estudio de mercado.

PLAZO DE EJECUCIÓN:

El contrato tendrá un término de ejecución de 05 meses o hasta agotar presupuesto, lo que ocurra primero, sin que en ningún caso exceda al 30 de diciembre de 2026. Contado a partir de la suscripción del acta de inicio.

VIGENCIA:

El contrato tendrá una vigencia igual al plazo de ejecución y seis (6) meses más. El término adicional al de ejecución, será solo con fines de liquidación del contrato y de sancionar al contratista en el evento que esto sea procedente.

FORMA DE PAGO:

El Municipio de Facatativá cancelará de la siguiente manera el valor del contrato:

PAGOS MENSUALES VENCIDOS TENIENDO EN CUENTA LA MODALIDAD DE MONTO AGOTABLE Y BAJO LOS SIGUIENTES ÍTEMES:

a. Los pagos se realizarán mes vencido de manera proporcional a las pautas aprobadas y efectivamente emitidas cada mes y a la impresión de material, previa constancia de su publicación y cumplimiento de los requisitos de ley previamente aprobado por el supervisor.

b. Un (1) pago final correspondiente al 5% del valor total del contrato, con la suscripción y publicación de la liquidación del contrato.

PARÁGRAFO 1. Para efectos del pago el contratista deberá adjuntar la correspondiente factura y/o cuenta de cobro (según régimen aplicable; común o simplificado), así como la constancia del pago de aportes al sistema general de seguridad social en salud, pensiones, riesgos laborales y/o aportes parafiscales. El pago se realizara previo informe de supervisión y aprobación por parte del supervisor.

PARÁGRAFO 2. La acreditación de aportes parafiscales se deberá efectuar de conformidad con el establecido en la normatividad vigente.

PARÁGRAFO 3. El adjudicatario contratista debe indicar el número de cuenta activa y el nombre del titular de la misma en donde el Municipio consignara el respectivo pago. Cuando se realicen contratos con auto retenedores, deberán informar en la factura y/o cuenta de cobro (según régimen aplicable: común o simplificado) esta condición a

fin de no realizar retención alguna. Los proponentes deben manifestar la aceptación expresa de la forma de pago establecida por el Municipio.

TASA IMPOSITIVA:

El contratista asumirá todos los impuestos, tasas, contribuciones y similares que se deriven de la celebración y la ejecución del contrato, de conformidad con la ley y demás normas que regulen la materia, de acuerdo al objeto del contrato.

No obstante, la siguiente información, el contratista está en la obligación de verificar en la Secretaria de Hacienda los impuestos, tasas, contribuciones y similares que apliquen en la celebración del contrato que derive del proceso.

Impuesto de industria y comercio y sistema de Retenciones RETEICA

Concepto	Base	Porcentajes de retención
Retención en Industria y Comercio por Servicios	Valor total de la operación, excluido el impuesto a las ventas.	10 X MIL
Retención en Industria y Comercio por compras	Valor total de la operación, excluido el impuesto a las ventas.	8 X MIL

1. Contribución Especial para el Fondo Municipal de
2. Deporte

Concepto	Base	Porcentaje de retención
Contribución Especial para el Fondo Municipal de Deporte	Valor total del contrato	2,50%

3. Estampilla para el bienestar del adulto mayor

Concepto	Valor de pago mensual		Porcentaje Gravado de Contrato	Porcentajes de retención
	Inicia	Termina		
Estampilla para el bienestar del adulto mayor	1	2.000.000	0%	3%
	2.000.001	5.000.000	40%	3%
	5.000.001	7.000.000	60%	3%
	7.000.001	9.000.000	80%	3%
	Superiores a 9,000,000		100%	3%

4. Estampilla Procultura

Valor de pago mensual		
-----------------------	--	--

Concepto	Inicia	Termina	Tarifa
Estampilla Procultura	-	2.000.000	0,5%
	2.000.001	4.000.000	1,0%
	4.000.001	6.000.000	1,5%
	Superiores a 6,000,001		2,0%

5. Estampilla Pro Desarrollo Universidad de Cundinamarca

Concepto	Base Gravable	Valor Base	Porcentaje de retención
Estampilla Pro Desarrollo Universidad de Cundinamarca	Valor total del correspondiente contrato y de la respectiva adición antes de IVA.	A partir de 1200 UVTs	1,50%

- Estampilla justicia familiar

Concepto	Base	Porcentajes de retención
Estampilla justicia familiar	La base gravable es el valor bruto de los contratos, entendido como el valor a girar por cada orden de pago o anticipo sin incluir el impuesto al valor agregado IVA	2.0%

CARGAS ADMINISTRATIVAS.

El contratista se hace responsable de las cargas administrativas y costos que se generen de la realización del contrato.

OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA:

OBLIGACIONES GENERALES

El contratista se obliga con la Alcaldía Municipal de Facatativá a:

1. Acatar la Constitución Política, la Ley, los principios de la contratación estatal y las demás normas concordantes y complementarias.
2. Ejecutar idónea y oportunamente el objeto del contrato.
3. Obrar con lealtad y buena fe en la ejecución contractual evitando dilaciones y en trabamientos que afecten el debido desarrollo.
4. Entregar periódicamente y al finalizar el contrato o cuando el supervisor lo solicite, todos los documentos y archivos (físicos y electrónicos) a su cargo y que se produzcan en ejecución de sus obligaciones, debidamente inventariados conforme a las normas y procedimientos que establezca el Archivo General de la Nación y la alcaldía Municipal.
5. Atender los requerimientos hechos por el supervisor y en caso de no ser posible, emitir por escrito una explicación que fundamente este acto.
6. Mantener informado al Secretario de Despacho de cualquier circunstancia que afecte la debida ejecución del contrato.
7. Acreditar mensualmente el pago al Sistema de Seguridad Social en salud, pensiones y riesgos laborales (ARL), en los términos y porcentajes establecidos en la ley, de conformidad con lo preceptuado en el artículo 23 de la Ley 1150 de 2007, la Ley 1562 de 2012 y Decreto 2013.
8. Atender los requerimientos efectuados directamente por el contratante o por conducto del supervisor.

9. Constituir y entregar las garantías, dentro de los términos establecidos, según corresponda.
10. Mantener informado al supervisor sobre los asuntos que le han sido asignados y sobre el estado de los mismos, a fin de tomar las decisiones a que hubiere lugar, en defensa de los intereses de la entidad territorial.
11. Guardar reserva de la información asociada al objeto contractual que repose en bases de datos, sistemas de gestión, aplicativos, archivos magnéticos, respecto de los cuales se le haya concedido acceso mediante códigos, claves o contraseñas, respondiendo penal, civil y administrativamente por su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento, durante el plazo de ejecución del contrato y dos (2) años más, conforme a las disposiciones contenidas en la Ley 1266 de 2008, la Ley 1581 de 2012, la Ley 1273 de 2009 y las demás que las complementen, sustituyan o modifiquen.
12. Contar con los elementos de seguridad y protección, así como con los elementos de trabajo necesarios para la ejecución del objeto Contractual.
13. El Contratista se obliga a cumplir con la Ley 594 de 2000 en lo referente a las tablas de retención documental, para los documentos que en ejercicio de su función realice, tenga a su cargo o surjan de la relación contractual.
14. Realizar el pago de impuestos, tasas y emolumentos a que haya lugar.
15. El contratista se obliga a cumplir fielmente el Sistema de Gestión de Calidad SGC adoptado por la entidad territorial.
16. Cumplir todas las disposiciones ambientales emitidas por el Comité Plan Institucional de Gestión Ambiental PIGA.
17. Asistir a las reuniones que convoque el supervisor del contrato y/o al director técnico en desarrollo del objeto contractual.
18. Apoyar la elaboración y presentación de informes que competan a la dependencia para la cual está contratado.
19. Apoyar con el suministro, procesamiento y cargue de información en las bases de datos o sistemas de información dispuestos, según corresponda.
20. Realizar la entrega de los elementos, inventarios, documentación, magnéticos y demás información entregada al contratista, elaborada o desarrollada por esté para el cumplimiento de su contrato, al momento de la terminación del mismo.
21. Mantener actualizados los sistemas de información sobre los cuales se le haya asignado usuario y contraseña durante la ejecución del contrato y entregar al supervisor las evidencias del estado en que se encuentre, en los informes de ejecución contractual parcial o final.
22. Cumplir las disposiciones de la Entidad en lo relacionado con el Servicio de Atención al Ciudadano SAC y la respuesta oportuna de requerimientos y peticiones.
23. El contratista se obliga a brindar la dirección correcta de su correo electrónico a efectos de que la entidad comunique por esa medio cualquier circunstancia que afecte la debida ejecución del contrato según lo ordenado en la Ley 1437 de 2011.
24. Destinar para el cumplimiento del objeto contractual la provisión de bienes y servicios por parte de la población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, en un porcentaje mínimo de cinco por cientos (5%)
25. Aportar a la entidad estatal contratante la documentación que demuestre que mantiene en su planta de personal el número de trabajadores con discapacidad que dio lugar a la obtención del puntaje adicional de la oferta, según corresponda.
26. Realizar la Publicación y divulgación proactiva de la declaración de bienes y rentas, del registro de conflictos de interés y la declaración del impuesto sobre la renta y complementarios, de que trata la ley 2013 de 2019, conforme al instructivo dispuesto por el Departamento Administrativo de la Función Pública.
27. Presentar la factura electrónica validada previamente por la DIAN, como requisito necesario para el pago, cuando el Contratista esté obligado a facturar electrónicamente, conforme con las disposiciones señaladas en el Decreto 358 de 2020, en concordancia con la Resolución 0042 de 2020 y demás normas que los modifiquen, complementen o sustituyan.
28. Dar estricto cumplimiento a los protocolos de bioseguridad establecidos y llenar la encuesta diaria de condiciones de salud, según corresponda.
29. Las demás responsabilidades de análoga naturaleza para el cumplimiento a cabalidad del objeto contractual.

OBLIGACIONES ESPECÍFICAS

1. Cumplir a cabalidad con el objeto del contrato en la forma y tiempo pactados, de acuerdo con la propuesta presentada, el plan de medios aprobado y los requerimientos impartidos por el supervisor del contrato.

2. Garantizar la ejecución integral del plan de divulgación aprobado por el supervisor, el cual podrá ser ajustado de acuerdo con las necesidades del municipio, asegurando el cumplimiento de los medios, horarios, frecuencias, condiciones técnicas y valores previamente autorizados.
3. Presentar mensualmente, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles, el plan de medios a ejecutar, detallando cobertura, canales, segmentación de público objetivo, horarios, formatos, impacto proyectado y demás variables relevantes para la toma de decisiones, el cual deberá ser aprobado por la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones de la Alcaldía Municipal de Facatativá. Así mismo, deberá realizar su actualización periódica conforme a las necesidades del servicio.
4. Realizar seguimiento permanente a la ejecución de la pauta y presentar informes periódicos sobre su comportamiento, incluyendo medición de alcance, impacto, frecuencia y demás indicadores que permitan evaluar la efectividad de las estrategias implementadas.
5. Producir, adaptar, imprimir y/o materializar las piezas comunicacionales requeridas para la divulgación de programas, proyectos, actividades y servicios del municipio, en medios impresos, digitales y alternativos, de acuerdo con las instrucciones del supervisor, con cargo al valor del contrato.
6. Ejecutar la pauta en los diferentes medios una vez recibidas las piezas comunicacionales en formato digital por parte del municipio, garantizando su correcta publicación o emisión.
7. Acatar y aplicar las observaciones, ajustes y lineamientos impartidos por el supervisor del contrato durante la ejecución.
8. Entregar con cada cuenta de cobro los soportes de ejecución correspondientes, incluyendo certificaciones de emisión o publicación expedidas por los medios de comunicación, evidencias físicas o digitales, reportes de pauta y demás documentos que respalden la ejecución.
9. Asistir a las reuniones de seguimiento, comités o espacios de coordinación que sean convocados por el supervisor del contrato.
10. Presentar informes de ejecución parciales y finales, en medio físico y digital (formatos editables), que permitan verificar el avance del contrato, el detalle de las actividades ejecutadas, los recursos utilizados, el control de la pauta, el estado de las órdenes aprobadas y el saldo disponible del contrato.
11. Garantizar el pago oportuno a proveedores vinculados a la ejecución del contrato, dentro de los plazos establecidos, así como el cumplimiento de sus obligaciones frente al sistema de seguridad social y demás disposiciones legales vigentes.
12. Asegurar la adecuada planificación y ejecución del contrato, garantizando oportunidad, cobertura, eficiencia, calidad y cumplimiento de los objetivos de la estrategia de comunicaciones.
13. Mantener la confidencialidad de la información a la que tenga acceso con ocasión del contrato, absteniéndose de divulgarla o utilizarla indebidamente.
14. Garantizar la calidad integral de todos los productos entregados, tanto impresos como digitales, conforme a las especificaciones técnicas definidas, realizando pruebas previas cuando aplique y asegurando su aprobación por parte del supervisor.
15. Entregar oportunamente los productos y materiales requeridos, en las condiciones, cantidades, lugares y tiempos establecidos por la entidad.
16. Subsanan, corregir o reemplazar, dentro de los tres (3) días siguientes a la observación, cualquier producto o pieza que no cumpla con las condiciones de calidad exigidas o que no sea recibido a satisfacción por el supervisor.
17. Garantizar que se adquieran los ingresos a las licencias necesarias para la ejecución del contrato se encuentren vigentes durante el plazo contractual, utilizando exclusivamente herramientas legales y autorizadas.
18. Responder por el uso adecuado de contenidos, evitando la vulneración de derechos de autor, propiedad intelectual o uso indebido de material protegido, asumiendo cualquier responsabilidad derivada de su incumplimiento.
19. Realizar la producción, edición y postproducción de piezas audiovisuales, gráficas y digitales con estándares de calidad profesional, utilizando herramientas idóneas y garantizando coherencia con la imagen institucional.
20. Entregar, cuando sea requerido, los archivos editables de las piezas producidas, garantizando su almacenamiento, organización y disponibilidad para uso institucional.
21. Manejar cada rubro económico por secretaría de manera independiente hasta el límite del aporte económico de cada secretaría Tránsito, Desarrollo Económico y Prensa, previo requerimiento de la necesidad de cada uno y aprobación de los entregables.
22. Implementar buenas prácticas en la gestión y difusión de contenidos digitales, optimizando formatos, segmentación, tiempos de publicación y características técnicas de cada canal, conforme a las directrices del supervisor.

OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA EN EJECUCIÓN DE LOS RECURSOS DE LA SECRETARÍA DE SECRETARÍA DE TRÁNSITO Y TRANSPORTE:

1. Implementación de planes de manejo de tránsito, jornadas pedagógicas y demás novedades que requieran comunicación oportuna a la comunidad.
2. Realizar los ajustes, correcciones o modificaciones que sean solicitados por el supervisor del contrato respecto de las piezas, publicaciones o productos elaborados para la Secretaría de Movilidad, Tránsito y Transporte, especialmente cuando se identifiquen errores técnicos, inconsistencias en la información, problemas de calidad o necesidad de actualización del contenido.
3. Garantizar que las campañas, piezas y publicaciones asociadas a movilidad, tránsito y transporte guarden coherencia con la imagen institucional de la Alcaldía Municipal de Facatativá y con los lineamientos técnicos, pedagógicos y comunicacionales impartidos por la Secretaría de Movilidad, Tránsito y Transporte y la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.
4. Priorizar, conforme a las instrucciones del supervisor y dentro de la capacidad operativa del contrato, la elaboración y difusión de piezas relacionadas con situaciones urgentes o de alto impacto ciudadano en materia de movilidad, tales como cierres viales, contingencias, eventos masivos, afectaciones a la circulación, medidas preventivas o campañas de seguridad vial.

OBLIGACIONES ESPECIFICAS DEL CONTRATISTA EN EJECUCIÓN DE LOS RECURSOS DE LA SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO:

1. Atender y ejecutar los requerimientos efectuados por la Secretaría de Desarrollo Económico relacionados con la promoción turística del municipio, mediante el suministro de material informativo y demás actividades comprendidas dentro del objeto contractual, con cargo a los recursos aportados por dicha dependencia, previa aprobación de la misma de conformidad con las necesidades que se presenten durante la ejecución del contrato.
2. Presentar informes de ejecución que permitan identificar de manera independiente los productos entregados, cantidades ejecutadas y recursos asociados al componente financiado por la Secretaría de Desarrollo Económico.
3. Entregar los soportes, registros fotográficos, evidencias de instalación, distribución, publicación y demás documentos que acrediten la ejecución de las actividades y productos asociados a las solicitudes realizadas por la Secretaría de Desarrollo Económico.

OBLIGACIONES DEL MUNICIPIO:

- 1) Garantizar elementos y/o la información necesarios para el cumplimiento del objeto.
- 2) Designar un funcionario para la supervisión del contrato.
- 3) Gestionar el pago por el valor acordado y en la forma como quede establecida en el contrato a suscribirse.

SUPERVISION:

La supervisión del contrato estará a cargo del funcionario asignado por la Secretaria de la Gestión Contractual a través de SECOP II, se recomienda que la supervisión sea desarrollada por el Jefe de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones como supervisor principal el Secretario de Transito y Transporte y el Secretario de Desarrollo Económico, quien estará sujeto a lo dispuesto en el numeral 1 del art. 26 de la Ley 80 de 1993 así como lo establecido en el manual de interventoría y supervisión de la Alcaldía y en especial tendrá las siguientes obligaciones:

- 1) Verificar el cumplimiento del objeto contractual y de las obligaciones contraídas por las partes.
- 2) Informar sobre cualquier irregularidad o incumplimiento que se presente en la ejecución de la misma.
- 3) Hacer seguimiento a los riesgos previsible identificados en la matriz de riesgos del contrato, dejando constancia durante la ejecución.
- 4) Hacer seguimiento al cumplimiento de la provisión de bienes y servicios por parte de la población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, en un porcentaje mínimo de cinco por cientos (5%).
- 5) Verificar durante la ejecución del contrato que los proponentes que resultaron adjudicatarios mantienen en su planta de personal el número de trabajadores con discapacidad que dio lugar a la obtención del puntaje adicional de la oferta. El contratista deberá aportar a la entidad estatal contratante la documentación que así lo demuestre.
- 6) Elaborar la certificación de cumplimiento y/o recibo a satisfacción del objeto contractual, con el fin de proceder al pago (s) correspondiente(s), los cuales serán efectuados por el Municipio de Facatativá, dentro de los 15 días siguientes a la suscripción de dicho certificado; previa verificación del cumplimiento, por parte del Contratista, de sus obligaciones con el Sistema de Seguridad Social Integral y/o de Aportes Parafiscales salud, pensión y ARL.
- 7) Velar porque se realice (n) en debida forma el (los) pago (s) al Contratista.
- 8) Elaborar los informes de ejecución y las actas a que haya lugar.
- 9) Solicitar e impulsar oportunamente las adiciones o modificaciones al contrato, cuando sea procedente.
- 10) Impulsar el trámite de los pagos a favor del contratista en los términos establecidos para tales efectos.
- 11) Enviar de manera mensual a la Secretaria de la Gestión Contractual, todos los soportes de ejecución contractual que deban reposar en el expediente de la contrato. a fin de mantener centralizada la información. de conformidad con las disposiciones legales sobre archivo contractual, y demás actas que hagan parte integral del contrato.
- 12) Una vez vencido el término de ejecución del contrato, enviar a la Secretaría de la Gestión Contractual el acta de liquidación del contrato.
- 13) Las demás que por su naturaleza y esencia sean necesarias para el buen desarrollo de la misma.

6. CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MAS FAVORABLE

(Decreto 1082 de Mayo 26 de 2015 Sección 2 Subsección 1 Art. 2.2.1.1.2.1.1 Modificado por el artículo 1 del Decreto 399 del 13 de abril de 2021)

Decreto 1860 del 24 de diciembre de 2021

6.1. CONVOCATORIAS LIMITADAS A MIPYMES La Alcaldía Municipal de Facatativá limitará la convocatoria del proceso de selección a Mipymes Colombianas con mínimo un (01) año de existencia, cuando concurren los requisitos establecidos en el artículo 2.2.1.2.4.2.2. Decreto 1082 de 2015 Modificado por el Decreto 1860 del 24 de diciembre de 2021.

5.2. CONVOCATORIAS LIMITADAS A MIPYMES LIMITACIONES TERRITORIALES

La Alcaldía Municipal de Facatativá adelantará convocatorias limitadas a Mipymes Colombianas que tengan domicilio en el Departamento de Cundinamarca o en el Municipio de Facatativá, siempre que las Mipymes solicitantes acrediten los requisitos establecidos en el artículo 2.2.1.2.4.2.2. y 2.2.1.2.4.2.4. Decreto 1082 de 2015 Modificado por el Decreto 1860 del 24 de diciembre de 2021.

En el acto de apertura del proceso de selección se indicará la convocatoria fue objeto de limitación. En el evento de que se haya configurado una limitación, los proponentes deberán acreditar el cumplimiento de los requisitos de conformidad con el artículo 2.2.1.2.4.2.4. Decreto 1082 de 2015 Modificado por el Decreto 1860 del 24 de diciembre de 2021.

6.3. REQUISITOS HABILITANTES

6.3. REQUISITOS HABILITANTES JURÍDICOS

6.3.1. CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA - FORMULARIO No. 1

La carta de presentación de la propuesta debe ser diligenciada y tiene como finalidad que el proponente exprese de manera clara e inequívoca que conoce los términos del proceso de selección, que acepta sus condiciones y que cumple con los requisitos y exigencias de orden jurídico.

Reglas para su suscripción:

Si es persona jurídica, debe ser firmada, por el representante legal o quien se encuentre facultado conforme a la ley y los estatutos sociales;

En el caso de consorcio o unión temporal, por quien haya sido designado representante en el documento de constitución;

Cuando sea persona natural, por ella misma.

Inhabilidades e incompatibilidades En el presente proceso podrán participar en forma independiente, en consorcio o unión temporal o promesa de sociedad futura, las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que no se encuentren dentro de las inhabilidades e incompatibilidades previstas en el artículo 8 de la Ley 80 de 1993, adicionado por el artículo 18 de la Ley 1150 de 2007, Ley 1955 de 2019, la constitución y demás normatividad vigente; hecho que se hará constar bajo la gravedad de juramento, en la carta de presentación de la propuesta, según modelo de formato anexo para este fin.

Los proponentes podrán presentar ofertas directamente o suscritas por intermedio de apoderado, evento en el cual deben anexar el poder, otorgado en legal forma (artículo 5 del Decreto – Ley 019 de 2012), en el que se confiera al apoderado de manera clara y expresa facultades amplias y suficientes para actuar, obligar y responsabilizar a quien(es) representa en el trámite del presente proceso y en la suscripción del contrato. No obstante, la simple entrega física o radicación de la oferta en la Entidad puede realizarla cualquier persona, sin necesidad de poder o autorización.

El apoderado que firma la oferta podrá ser una persona natural o jurídica, que en todo caso debe tener domicilio permanente, para efectos de este proceso, en la República de Colombia, y debe estar facultado para representar al proponente y/o a todos los integrantes del proponente plural, a efectos de adelantar en su nombre de manera específica las siguientes actividades: (i) presentar oferta para el proceso de contratación de que trata este pliego; (ii) responder a los requerimientos y aclaraciones solicitados por la entidad en el curso del presente proceso; (iii) recibir las notificaciones a que haya lugar dentro del proceso (iv) suscribir el contrato en nombre y representación del adjudicatario así como el acta de terminación y liquidación, si a ello hubiere lugar.

Las personas extranjeras que participen mediante un proponente plural podrán constituir un solo apoderado común y, en tal caso, bastará para todos los efectos la presentación del poder común otorgado por todos los integrantes con los requisitos de autenticación, legalización o apostilla y traducción exigidos en el Código de Comercio, incluyendo los señalados en el pliego de condiciones. El poder a que se refiere este párrafo podrá otorgarse en el mismo acto de constitución del proponente plural.

Sin perjuicio de lo anterior, los oferentes extranjeros, se sujetarán a lo dispuesto por la Ley 80 de 1993 y sus decretos reglamentarios, así como lo establecido en el Decreto 0019 de 2012.

6.3.2. CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL EXPEDIDO POR LA CÁMARA DE COMERCIO

El proponente deberá presentar el certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio con fecha no superior a treinta (30) días calendario de antelación a la fecha de cierre de la convocatoria, donde conste el objeto social de la compañía el cual debe estar acorde con el objeto del proceso y las facultades del representante legal.

Si existieren limitaciones por razón de la naturaleza o cuantía del negocio jurídico en las facultades del representante legal para contratar y comprometer a la sociedad, este deberá acreditar mediante copia del acta respectiva, como lo determina el Código de Comercio, que ha sido facultado por el máximo órgano social para presentar la propuesta y firmar el respectivo contrato hasta por el valor total del mismo. La ausencia de capacidad al momento de presentar la oferta no es subsanable.

Tratándose de persona natural, deberá aportarse certificado de registro mercantil.

Para los oferentes que no aplique documento de certificado de existencia y representación legal expedido por Cámara de Comercio, deberá aportarse el documento equivalente correspondiente, en el que acredite su existencia y/o creación, así como los documentos que acrediten la representación legal.

6.3.3. DOCUMENTO DE IDENTIDAD Y LIBRETA MILITAR.

Las personas naturales colombianas deberán presentar copia de su Cédula de Ciudadanía. Las personas naturales extranjeras, deberán acreditar su existencia mediante la presentación de la copia de su pasaporte, y si se encuentran residenciadas en Colombia, mediante la presentación de la copia de la Cédula de Extranjería expedida por la autoridad colombiana competente o Visa de Residente. En caso de personas jurídicas, se aportará copia de la cédula de ciudadanía del representante legal y en el evento de consorcio, unión temporal o promesa de sociedad futura, copia de la cédula de ciudadanía del representante legal del mismo y del representante legal o persona natural de cada uno de los integrantes que lo conforman. Adicionalmente, el proponente (representante legal de la persona jurídica o persona natural); deberá anexar copia de libreta militar o certificado de definición de situación militar, según corresponda.

6.3.4. REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO – RUT (APLICA PARA PERSONAS NACIONALES Y EXTRANJERAS CON DOMICILIO O SUCURSAL EN EL PAÍS, SEGÚN CORRESPONDA)

Los proponentes deberán allegar en su propuesta copia del Registro Único Tributario.



Para Uniones Temporales, Consorcios, cada uno de sus integrantes deberá aportar el mencionado registro y en caso de adjudicación deberán solicitar y aportar el RUT del Consorcio o Unión Temporal dentro de los tres (03) días hábiles siguientes a la adjudicación, previa firma del contrato.

6.3.5. CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL.

Si la propuesta es presentada por un Consorcio o Unión Temporal se debe adjuntar a la propuesta el documento de constitución, de conformidad con lo señalado en el artículo 7 de la Ley 80 de 1993, el cual debe:

1. Indicar en forma expresa si su participación es a título de consorcio o unión temporal.
2. Señalar las reglas básicas que regulan su relación. Para el caso de la unión temporal, los términos y extensión de la participación en la propuesta y en las obligaciones derivadas del objeto y de la ejecución del contrato, las cuales no podrá modificar sin el consentimiento previo y escrito del Municipio.
3. Manifestar su responsabilidad, de manera clara y expresa, sobre todas y cada una de las obligaciones derivadas de la propuesta y de la ejecución del contrato.
4. Cuando se trate de miembros del consorcio la responsabilidad es solidaria e ilimitada; y tratándose de los miembros de la unión temporal, la responsabilidad es solidaria por el cumplimiento total de la propuesta y del objeto contratado, pero las sanciones por el incumplimiento de las obligaciones derivadas de la propuesta y del contrato se impondrán de acuerdo con la participación (porcentaje o extensión) en la ejecución de cada uno de los miembros de la unión temporal.
5. Indicar el término de duración, el cual no debe ser inferior a la vigencia del contrato objeto del presente proceso y un (1) año más.
6. Designar el Representante del Consorcio o Unión Temporal quien suscribirá la propuesta y el contrato, de resultar adjudicatario.
7. Manifestar que se compromete a no ceder, a ningún título, su participación en el consorcio o unión temporal a los demás integrantes o a un tercero.
8. Acreditar la existencia y representación de cada uno de los integrantes del consorcio o unión temporal, en los términos establecidos en el presente pliego de condiciones.
9. Suscribir el documento por cada uno de los integrantes del consorcio o unión temporal.
10. Todos y cada uno de los documentos requeridos en el presente pliego de condiciones de carácter habilitante deberán estar suscritos por la unión temporal o el consorcio.
11. Los integrantes del consorcio o unión temporal indicará que el documento de conformación no contiene adiciones o modificaciones que varíen los términos y condiciones que en el mismo se expresan; salvo las que puedan generarse como consecuencia de las subsanaciones que requiera la entidad.

6.3.6. PROMESA DE SOCIEDAD FUTURA

Cuando se trate de personas que participen bajo la modalidad de Promesa de Sociedad Futura deben presentar El Municipio. uno de los originales de una promesa escrita de contrato de sociedad con el lleno de los requisitos establecidos en el artículo 119 del Código de Comercio, en la cual debe consignarse, entre otros, lo siguiente:

- a) La promesa irrevocable de constituir e inscribir ante el registro mercantil, con arreglo a la ley colombiana, una sociedad colombiana dentro de los cinco (5) días hábiles posteriores a la fecha de notificación del acto de Adjudicación;
- b) Que se trata de una sociedad constituida con el único objeto de celebrar, ejecutar y liquidar el Contrato de "CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y LA IMPRESIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA EL DESARROLLO, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DEL GOBIERNO "FACATATIVÁ NUESTRA CASA", PARA LLEGAR A LA CIUDADANÍA CON COMUNICACIÓN INTERACTIVA Y EN DOBLE VÍA."

- c) Que la responsabilidad y sus efectos respecto de los firmantes de la promesa y de los socios o accionistas, una vez se constituya, se rige por las disposiciones previstas para los consorcios, tal como lo dispone el parágrafo tercero del artículo 7 de la Ley 80 de 1993;
- d) Las estipulaciones mínimas legales del contrato de sociedad que se promete constituir;
- e) La manifestación expresa de cada uno de los promitentes de que responderá solidariamente con los demás promitentes y con la sociedad (i) por los perjuicios sufridos por El Municipio, derivados del incumplimiento de la obligación de suscribir el contrato de sociedad prometido en los mismos términos consignados en el contrato de promesa presentado y (ii) por las obligaciones que se deriven de las Propuestas y del Contrato de Compraventa;
- f) La inclusión de una cláusula en el contrato de sociedad, según la cual aquellos accionistas que (i) hayan aportado su capacidad financiera para acreditar el cumplimiento de los requisitos financieros o (ii) hayan aportado su experiencia para acreditar el cumplimiento de los requisitos técnicos y de experiencia, no podrán ceder su participación accionaria en la sociedad prometida sino únicamente mediante autorización previa y expresa El Municipio en los términos del Contrato de Compraventa;
- g) Una duración de la sociedad igual o superior a dos (2) años contados a partir de su constitución;
- h) Que el único condicionamiento que existe para la constitución de la sociedad prometida es la Adjudicación;
- i) La participación que cada uno de los promitentes tendrá en el capital suscrito de la sociedad prometida y el monto del mismo; y
- j) Los integrantes asociados bajo la modalidad de Promesa de Sociedad Futura deben suscribir la escritura pública de constitución de la sociedad prometida y tenerla debidamente inscrita ante el registro mercantil, en los mismos términos y condiciones pactados en la promesa, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la notificación del acto de Adjudicación.

Vencido este plazo sin que se hubiera otorgado y registrado la escritura, se considerará que no existe interés para suscribir el Contrato de Compraventa y se hará efectiva la Garantía de Seriedad.

6.3.7. COMPROMISO DE TRANSPARENCIA (FORMULARIO N. 2), SUSCRITO POR EL REPRESENTANTE LEGAL DEL PROPONENTE O PERSONA NATURAL.

El proponente deberá llegar diligenciado y firmado el Compromiso de Transparencia (Formulario N. 2), suscrito por el representante legal del proponente o persona natural.

6.3.8. GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA.

El proponente debe constituir garantía de seriedad de la propuesta con el fin de amparar la seriedad y validez de la propuesta presentada, de conformidad con lo establecido en el artículo 7 de la ley 1150 de 2007 y el artículo el artículo 2.2.1.2.3.1.6. Del Decreto 1082 de 2015, en los siguientes términos:

- Asegurado y Beneficiario: Municipio de Facatativá – NIT 899999328-1

- **Tomador:** El proponente. Cuando la propuesta sea presentada por un consorcio o unión temporal, la póliza de garantía deberá ser tomada a nombre de todos los integrantes, tal como aparecen en el documento que acredite la existencia y representación legal de cada uno de ellos.
- **Valor Asegurado:** En cuantía equivalente al diez (10%) por ciento del presupuesto oficial estimado para este proceso.
- **Vigencia de la Garantía:** Por el término de TRES (03) meses, contados a partir del cierre del presente proceso de selección. En todo caso, la garantía de seriedad de la propuesta deberá estar vigente hasta el perfeccionamiento y legalización del contrato resultante del mismo.

De acuerdo con la Ley, al proponente favorecido con la adjudicación se le hará efectiva la garantía de seriedad de su propuesta cuando no proceda, dentro del plazo estipulado, a suscribir el contrato objeto de la presente convocatoria pública.

En el evento en que para el presente proceso contractual, se llegare a presentar oferta por parte de alguna Entidad Estatal, de las citadas en el artículo 2 de la Ley 80 de 1993, ésta no estará obligada a constituir garantía de seriedad de la oferta. No obstante, en el caso en que la entidad estatal se presente en unión temporal o consorcio con una entidad de naturaleza jurídica privada, ésta deberá prestar la garantía a que se refiere el presente numeral.

6.3.9. OBLIGACIONES AL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL INTEGRAL Y APORTES PARAFISCALES.

El proponente debe acreditar que se encuentra al día en el pago de las obligaciones con el Sistema de Seguridad Social Integral (salud, riesgos profesionales y pensiones) y aportes parafiscales (Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar – ICBF y Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA) a la presentación de la propuesta, de conformidad con lo señalado en el artículo 23 de la Ley 1150 de 2007. Si es persona jurídica, tal acreditación deberá hacerse mediante una certificación expedida por el Revisor Fiscal, o quien haga sus veces, o el Representante Legal, según el caso. Si es persona natural, mediante certificación la cual se entenderá prestada bajo la gravedad de juramento. En caso de que el proponente se presente a título de consorcio o unión temporal, cada uno de sus integrantes deben cumplir con este requisito. En todo caso el Municipio se reserva el derecho de solicitar las planillas y pagos al Sistema de Seguridad Social Integral y aportes parafiscales.

6.3.10. CERTIFICADO DE ANTECEDENTES DISCIPLINARIOS EXPEDIDO POR LA PROCURADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN.

El proponente debe adjuntar copia del Certificado de Antecedentes Disciplinarios vigente expedido por la Procuraduría General de la Nación. En caso de que el proponente se presente a título de consorcio o unión temporal cada uno de sus integrantes debe cumplir con este requisito. En todo caso en cumplimiento de lo establecido por la Ley 1238 de 2008, el Municipio verificará los antecedentes disciplinarios de los proponentes.

6.3.11. CERTIFICACIÓN EXPEDIDA POR LA CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA.

El proponente debe presentar certificación (último boletín) expedida por la Contraloría General de la República, en la cual conste que el proponente y el Representante Legal de la firma o firmas no se encuentran reportados en el Boletín de Responsables Fiscales. En caso de que el proponente se presente a título de consorcio o unión temporal cada uno de sus integrantes debe cumplir con este requisito. En cumplimiento de lo establecido por la Contraloría General de la República, mediante la Circular No. 05 del 25 de febrero de 2008, se verificará que los proponentes no se encuentren reportados en el Boletín de Responsables Fiscales que expide la Contraloría General de la República.

6.3.12. CERTIFICADO DE ANTECEDENTES JUDICIALES

Sin perjuicio de lo estipulado en el artículo 93 del Decreto 019 de 2012, el Municipio se reserva la facultad de verificar los antecedentes judiciales de los oferentes.



6.3.13. CERTIFICACIÓN SISTEMA REGISTRO NACIONAL DE MEDIDAS CORRECTIVAS RNMC.

Dando cumplimiento a la Ley 1801 de 2016, por medio de la cual se expide el nuevo código Nacional de policía, el Comité Evaluador verificará a través del sistema Registro Nacional de Medidas Correctivas RNMC, que los proponentes y los representantes legales de las personas jurídicas y miembros de los consorcios y Uniones Temporales, no tengan multas pendientes, con morosidad superior a los seis (6) meses. De encontrarse que el proponente o el representante legal de las personas jurídicas proponentes o los miembros de los Consorcios o Uniones Temporales se encuentran incurso en causal de inhabilidad, por presentar multas pendientes, con morosidad superior a los seis (6) meses, se rechazará la propuesta presentada. El proponente debe adjuntar copia del Certificado del registro nacional de medidas correctivas del proponente o el representante legal de las personas jurídicas proponentes o los miembros de los Consorcios o Uniones Temporales.

6.3.14 REGISTRO ÚNICO DE PROPONENTES EXPEDIDO POR LA CÁMARA DE COMERCIO.

Los interesados en participar en este proceso, deberán estar inscritos en el registro Único de Proponentes de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 1150 de 2007, Decreto 1082 de 2015 y demás normas concordantes.

El proponente deberá allegar el Registro Único de Proponentes (RUP), expedido por la Cámara de Comercio con fecha no mayor a treinta (30) días calendario anteriores a la fecha prevista para la entrega de propuestas del presente proceso, con el fin de acreditar su inscripción, calificación y clasificación vigente en el Registro Único de Proponentes de la Cámara de Comercio.

Para el caso de las Uniones temporales o consorcios se deberá verificar todos y cada uno de los RUP de los integrantes que conforman dicha asociación.

6.4. REQUISITOS HABILITANTES TÉCNICOS- DE EXPERIENCIA

6.4.1. REQUISITOS HABILITANTES TÉCNICOS

- 1. Acreditar el cumplimiento de las condiciones y especificaciones técnicas: El cumplimiento de las condiciones y especificaciones técnicas necesarias para el cumplimiento del objeto y las obligaciones se acreditan por el proponente mediante la manifestación que efectúe bajo la gravedad de juramento, dando cumplimiento a las especificaciones.
- 2. El proponente deberá contar como mínimo, con el siguiente equipo de trabajo:

PROFESIONAL 1 - DIRECTOR DE CUENTA: Es el profesional encargado de ser el puente de comunicación entre la entidad y la agencia	
OBLIGACIONES	• Diseñar estrategias de comunicación haciendo equipo con el grupo de trabajo de la Oficina de Comunicación, Prensa y Protocolo de la Alcaldía. • Identificar las necesidades de la Oficina de Comunicación, Prensa y Protocolo de la Alcaldía. • Coordinar con los medios la correcta emisión de la estrategia de comunicación. • Coordinar en conjunto con la Oficina de Comunicación, Prensa y Protocolo, la producción de piezas publicitarias, de comunicación, y/o audiovisuales.
DEDICACIÓN	100 %
REQUISITOS ACADÉMICOS	Debe ser profesional en comunicación Social o Periodismo, con maestría en Comunicación Política y Empresarial.
EXPERIENCIA PROFESIONAL	• GENERAL: mínimo de OCHO (8) años contados a partir del grado. • ESPECÍFICA: mínimo dos (2) contratos en los cuales se certifique experiencia como director de cuenta.



PROFESIONAL 2 – MEDIA PLANNER DIGITAL	
OBLIGACIONES	- Planificar la pauta mensualmente de acuerdo con las necesidades específicas de la Oficina de Comunicación, Prensa y Protocolo de la Alcaldía. - Diligenciar, supervisar y controlar las ordenes de pauta y de producción. - Realizar las estrategias de comunicación en medios digitales. - Coordinar con la Oficina de Comunicación, Prensa y Protocolo, la producción, grabación, cubrimiento periodístico y demás que requiera la Oficina de prensa ante cualquier eventualidad. - Generar los informes mensuales de gestión. - Contar con disponibilidad inmediata 24/7 para garantizar el cubrimiento periodístico y/o de producción en caso de eventualidades que sean de interés institucional o público
DEDICACIÓN	100 %
REQUISITOS ACADÉMICOS	Debe ser profesional en comunicación Social, publicidad y/o mercadeo, con especialización o maestría en gerencia de negocios.
EXPERIENCIA PROFESIONAL	- GENERAL: mínimo de OCHO (8) años contados a partir del grado. - ESPECÍFICA: 5 años de experiencia específica en áreas de marketing digital, o marketing político.

PROFESIONAL 3 PROFESIONAL DEL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS	
OBLIGACIONES	- Realizar el acompañamiento en los procesos de formulación y creación de las campañas para con las comunidades. - Apoyar a la entidad en la vinculación de las comunidades con los programas que se pretenden promover - Realizar acompañamiento permanente a la entidad en la medición del impacto percibido de las campañas. - Trabajar mancomunadamente con la entidad en la construcción del material gráfico.
DEDICACIÓN	100 %
REQUISITOS ACADÉMICOS	Debe ser profesional en Sociología, Politología o Psicología. Con Maestría en estudios sociales
EXPERIENCIA PROFESIONAL	- GENERAL: mínimo de Ocho (8) años contados a partir del grado. - ESPECÍFICA: 3 años de experiencia específica.

PROFESIONAL 1 – free press O relacionista Publico: Es el profesional encargado de apoyar la difusión de las campañas en los diferentes medios	
OBLIGACIONES	Apoyar a la entidad en la difusión de la información o los acontecimientos de carácter noticioso a los grupos objetivos de interés, a través de los medios masivos de comunicación optimizando el recurso invertido
DEDICACIÓN	100 %
REQUISITOS ACADÉMICOS	Debe ser profesional en comunicación Social o Periodismo, con especialización en Mercadeo.
EXPERIENCIA PROFESIONAL	- GENERAL: mínimo de cinco (5) años contados a partir del grado. - ESPECÍFICA: mínimo dos (2) contratos en los cuales se certifique experiencia como director de cuenta.

Para acreditar este requisito el proponente debe aportar como parte de su propuesta:

- Hoja de vida del profesional con los soportes académicos (copia documento de identidad, diplomas y actas de grado)
- Copia de la tarjeta profesional (en los casos requeridos).
- Certificado de experiencia
- Carta de disponibilidad firmada por el profesional dirigida al Municipio identificando el objeto y número del presente proceso.

La certificación para acreditar la experiencia deberá contener como mínimo la siguiente información:

- Nombre de la empresa contratante.
- Nombre del contratista.
- Objeto del contrato.
- Funciones u obligaciones desempeñadas.
- Fecha de suscripción (día, mes y año) y fecha de terminación (día, mes y año).
- Fecha de expedición de la certificación (día, mes y año).
- Valor del contrato y de las adiciones, si las hubo.
- Cargo y firma de quien expide la certificación.

En el evento que la certificación no contenga la información que permita su verificación, se deberá anexar a la propuesta copia del contrato o de los documentos soportes, que permita tomar la información que falte en la certificación.

CERTIFICACIONES DE VINCULOS COMERCIALES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN (HABILITANTE)

Para poder verificar que el proponente en la actualidad tiene o ha tenido en los últimos dos (2) años, vínculos comerciales con medios de comunicación comunitarios con cobertura local, provinciales de sabana occidente, departamental y medios de orden nacional, nn emisoras de radio am o fm, periódicos, televisión, portales web de noticias (NO fan page ni grupos de WhatsApp), el oferente deberá allegar certificaciones que confirmen dichos vínculos comerciales, para lo cual, tendrá que acreditar como mínimo (6 certificaciones de medios locales, 10 de sabana occidente, 6 departamentales y 5 nacionales) dichas certificaciones deben presentarse de la siguiente manera.)

- Nombre o razón social del medio de comunicación.
- Nombre del representante legal del medio de comunicación.
- Fecha de inicio y fecha terminación de la última pauta realizada con el medio (día, mes y año)
- Firma de quien expide certificación

6.4.2. REQUISITOS HABILITANTES DE EXPERIENCIA

6.4.2.1 REQUISITOS HABILITANTES DE EXPERIENCIA PROPONENTES DIFERENTES A MIPYME O EMPRESAS O EMPRENDIMIENTOS DE MUJERES

El proponente deberá acreditar experiencia mediante la ejecución de dos (2) contratos celebrados con entidades públicas o privadas, ejecutados y liquidados, cuya sumatoria expresada en SMMLV sea igual o superior al 100% del presupuesto oficial, cuyo objeto sea (Plan de medios regionales o comunitarios y/o colocación y publicación de información en medios de comunicación locales, regionales, Nacionales). similar al del presente proceso, los cuales deben estar inscritos y certificados en el Registro Único de Proponentes (RUP) expedido por la Cámara de Comercio y cada uno debe estar inscrito en las siguientes SEIS (6) clasificaciones hasta el tercer nivel así:

SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO	NOMBRE
83	12	17	00	Servicio de comunicación masiva
82	10	19	00	Publicidad en periodicos
82	10	18	00	Servicios de agencia de publicidad
82	11	19	00	Servicio de noticias y publicidad
82	10	16	00	Publicidad difundida
55	10	15	00	Publicaciones impresas
82	10	18	00	Servicios de campañas publicitarias

Las certificaciones deben ser expedidas por el respectivo contratante, las cuales contendrán, como mínimo, la siguiente información:

Identificación completa del Contratante

- Nombre y apellido o razón social del Contratista,
- Número y objeto del contrato,
- Fechas de iniciación y de terminación del contrato,
- Plazo de ejecución del contrato,
- Valor total del contrato incluidas las adiciones, ajustes e IVA.

- Porcentaje de participación si el contrato fue ejecutado en Consorcio o Unión o Temporal; y en general, toda aquella información que permita verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en este documento.

NOTA 1. En el evento en que las certificaciones no contengan toda la información solicitada, el Proponente debe anexar el contrato o el acta de terminación y/o liquidación del mismo, de tal forma que la información no contenida en la certificación, se complemente con el contenido de dichos documentos.

NOTA 2. En caso que la experiencia sea certificada por empresas privadas distintas del proponente, además de la certificación, se debe anexar el contrato de la empresa con el cliente que soporta dicha experiencia.

NOTA 3. En caso de Consorcio o Unión temporal, para efectos de la verificación de la Experiencia del Proponente, se procederá a sumar los **SMMLV** obtenidos en este aspecto de cada uno de los integrantes del Consorcio o Unión Temporal, de manera conjunta y deberá ser igual o superior a los contratos y salarios exigidos.

NOTA 4. Si el proponente se presenta como persona natural o jurídica, debe acreditar su inscripción y clasificación en el **código de los grupos, segmentos, familias y clases del UNSPSC aquí relacionada**.

NOTA 5. Si el proponente se presenta bajo modalidad consorcio o unión temporal, cada uno de sus integrantes deberá acreditar la inscripción y clasificación en el **código de los grupos, segmentos, familias y clases del UNSPSC aquí relacionados**.

La verificación del número de contratos para acreditar la experiencia se realiza de la siguiente manera:

Número de contratos con los cuales el Proponente cumple la experiencia acreditada	Valor mínimo a certificar (como % del Presupuesto Oficial de obra expresado en SMMLV)
De 1 hasta 2	75%
De 3 hasta 4	120%
De 5 hasta 6	150%

Tratándose de proponentes plurales, el criterio puntual solo se aplicará si por lo menos uno de los integrantes acredita que es emprendimientos y empresa de mujeres, o Mipymes, y que tenga una participación igual o superior al diez por ciento (10%) en el consorcio o proponente plural.

6.4.2.2. CRITERIOS DIFERENCIALES PARA MIPYME Y EMPRESAS O EMPRENDIMIENTOS DE MUJERES EN EL SISTEMA DE COMPRAS PÚBLICAS

Se establece como Criterio diferencial para Mipymes y Empresas o Emprendimientos de Mujeres en el sistema de compras públicas, la posibilidad de acreditar su experiencia con mínimo la mitad de contratos y valor sumado requeridos en el punto anterior.

El requisito aquí establecido se verificará en quien acredite su calidad de Mipyme o Empresa o Emprendimiento de Mujer de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 1860 de 2021.

Tratándose de proponentes plurales, el criterio diferencial solo se aplicará si por lo menos uno de los integrantes acredita que es emprendimientos y empresa de mujeres y que tenga una participación igual o superior al diez por ciento (10%) en el consorcio o unión temporal.

REQUISITOS HABILITANTES DIFERENCIALES PARA EMPRENDIMIENTOS Y EMPRESAS DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD, bajo los siguientes términos:

En virtud del Decreto 1860 de 2021 y el Decreto 287 de 2026, los proponentes que acrediten la calidad de Emprendimiento o Empresa de Personas con Discapacidad domiciliadas en el territorio nacional, accederán a los siguientes requisitos diferenciales:

Experiencia: El requisito de experiencia se entenderá cumplido cuando el valor sumado de los contratos aportados sea equivalente al 90% del presupuesto oficial estimado, manteniendo la afinidad técnica con el objeto contractual.

Proponentes Plurales: En consorcios o uniones temporales, este beneficio aplicará siempre que al menos uno de los integrantes cumpla con los requisitos del Art. 2.2.1.2.4.2.6. del Decreto 1082 de 2015, ostente una participación mínima del 10% y aporte, como mínimo, la experiencia en proporción a su participación."

6.4.2.3. REGLAS GENERALES PARA LA ACREDITACIÓN DE LA EXPERIENCIA

El proponente deberá aportar el Formulario No. 4 de Experiencia.

En caso de ofertas plurales, la experiencia total acreditada (consorcio o unión temporal) será igual a la sumatoria de la experiencia acreditada por sus integrantes.

En caso de que la experiencia que se pretende acreditar haya sido obtenida como miembro de un consorcio o unión temporal, se tendrá en cuenta de manera proporcional al porcentaje de participación en el contrato ejecutado.

No podrá acreditarse la experiencia exigida a través de subcontratos. En virtud de lo anterior no será tenida en cuenta la experiencia que pretendan acreditar los oferentes o los integrantes de la estructura plural mediante contratos en los cuales la parte contratante, haya sido contratada a su vez por otra entidad para la ejecución de todo o parte del mismo objeto.

La experiencia de los socios de una persona jurídica se podrá acumular a la de esta cuando no cuente con más de tres (3) años de constituida y se hará en proporción a su porcentaje de participación en los contratos ejecutados.

En aquellos casos en que por las características del objeto a contratar se requiera verificar información adicional a la contenida en el RUP, el proponente podrá aportar uno o algunos de los documentos que se establecen a continuación, para que la entidad realice la verificación en forma directa. Los mismos deberán estar debidamente diligenciados y suscritos por el contratante, el contratista o el interventor, según corresponda. En caso de existir discrepancias entre dos (2) o más documentos aportados por el proponente para la acreditación de experiencia, se tendrá en cuenta el orden de prevalencia establecido a continuación:

- A. Acta de liquidación
- B. Acta de entrega, terminación, final o de recibo definitivo.
- C. Certificación de experiencia. Expedida con posterioridad a la fecha de terminación del contrato en la que conste el recibo a satisfacción de la obra contratada debidamente suscrita por quien esté en capacidad u obligación de hacerlo, con el contenido que requiera verificar la entidad contratante.
- D. Acta de inicio o la orden de inicio. La misma sólo será válida para efectos de acreditar la fecha de inicio.
- E. Para los contratos que hayan sido objeto de cesión, el contrato deberá encontrarse debidamente inscrito y clasificado en el RUP o en uno o alguno de los documentos considerados como válidos para la acreditación de experiencia de la empresa cesionaria, según aplique. La experiencia se admitirá para el cesionario y no se reconocerá experiencia alguna al cedente.

Para efectos de acreditación de experiencia entre particulares, el proponente deberá aportar adicionalmente alguno de los documentos que se describen a continuación:

- A. Certificación de facturación expedida con posterioridad a la fecha de terminación del contrato emitida por el revisor fiscal o contador público del proponente que acredita la experiencia, según corresponda, con la copia de la tarjeta profesional y certificado de antecedente disciplinarios vigente, expedido por la Junta Central de Contadores, o los documentos equivalentes que hagan sus veces en el país donde se expide el documento del profesional.

6.5. REQUISITOS HABILITANTES FINANCIEROS Y ORGANIZACIONALES

Los márgenes o indicadores establecidos en el presente documento se derivan del análisis financiero de la información reportada en el Registro Único Empresarial (RUES), específicamente en el Registro Único de Proponentes (RUP) vigente y en firme. En lo que respecta a los procesos de selección cuyo acto administrativo de apertura sea publicado a partir del 1 de julio de 2021, los proponentes deberán cumplir con los indicadores financieros y organizacionales establecidos en los pliegos de condiciones. Adicionalmente, se procederá a la evaluación de los requisitos habilitantes relacionados con la capacidad financiera y organizacional de cada proponente, así como de los integrantes de un proponente plural. Es de suma importancia que el RUP se encuentre vigente y en firme en el momento de la evaluación.

El certificado deberá contar con una fecha de expedición no superior a 30 días calendario, contados a partir de la fecha de cierre del proceso. Esta información será verificada con los indicadores consignados en el Registro Único de Proponentes (RUP) o, en su defecto, con la información financiera anexada a la oferta, en aquellos casos en los cuales el proponente no esté obligado a estar inscrito en dicho registro.

La evaluación financiera y organizacional de consorcios, uniones temporales y proponentes extranjeros, ya sea con o sin domicilio en Colombia, se llevará a cabo conforme al procedimiento de **PONDERACIÓN DE COMPONENTES**, de acuerdo con el porcentaje de participación de cada uno de los integrantes, tal como lo dispone el Manual para determinar y verificar los requisitos habilitantes en los procesos de contratación M-DVRHPC-05 de Colombia Compra Eficiente.

Nota: Los proponentes que presenten información financiera con corte anterior y que no cuenten con el RUP vigente y en firme no serán evaluados, quedando inhabilitados financieramente.

Nota. En ningún caso los integrantes del Consorcio o de la Unión Temporal podrán presentar indicadores negativos.

INDICADORES DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL

La entidad debe verificar que los indicadores de rentabilidad proporcionen una garantía adecuada de la capacidad organizacional del proponente. Dichos indicadores reflejan la solidez financiera de la entidad y su capacidad para gestionar de manera eficiente sus recursos, lo cual es esencial para el presente proceso.

En consecuencia, los proponentes deberán cumplir con los indicadores establecidos, los cuales resultan del análisis del sector y reflejan la capacidad del mismo.

La evaluación de los indicadores de capacidad organizacional se llevará a cabo bajo los criterios de **CUMPLE** o **NO CUMPLE**, dado que este aspecto no generará puntaje, pero será determinante para la habilitación o deshabilitación de la propuesta. Los requisitos financieros exigidos para participar en el proceso de selección serán verificados con la información consignada en el certificado de inscripción del Registro Único de Proponentes (RUP).

Los indicadores se atenderán de acuerdo al pliego financiero adjunto en la publicación en la plataforma SECOP II.

Con fundamento en el análisis estadístico y financiero realizado sobre la muestra seleccionada, se procede a establecer parámetros de referencia para los principales indicadores financieros y organizacionales del sector, los cuales servirán como soporte técnico para la definición de posibles requisitos habilitantes dentro de los estudios previos del proceso de selección.

Para efectos del presente análisis se toman como referencia indicadores financieros tales como liquidez, endeudamiento, capital de trabajo, cobertura de intereses y rentabilidad, los cuales permiten evaluar la capacidad financiera de las empresas para asumir obligaciones derivadas de la ejecución contractual y atender adecuadamente los requerimientos operativos asociados al objeto del proceso.

Así mismo, se analizan aspectos organizacionales relacionados con capacidad operativa, estructura administrativa y experiencia en contratos similares, permitiendo verificar condiciones generales de funcionamiento y capacidad de respuesta dentro del sector publicitario y comunicacional.

Los indicadores financieros y organizacionales sugeridos se estructuran bajo criterios de proporcionalidad y razonabilidad, considerando el valor del contrato, la naturaleza del objeto contractual y las condiciones reales del mercado, con el propósito de promover la pluralidad de oferentes, la libre concurrencia y la adecuada gestión del riesgo contractual.

En este sentido, los parámetros definidos buscan garantizar condiciones objetivas de participación y asegurar que los posibles oferentes cuenten con capacidad financiera y organizacional suficiente para ejecutar adecuadamente las obligaciones derivadas del futuro contrato.

• INDICADOR FINANCIERO- INDICE DE LIQUIDEZ

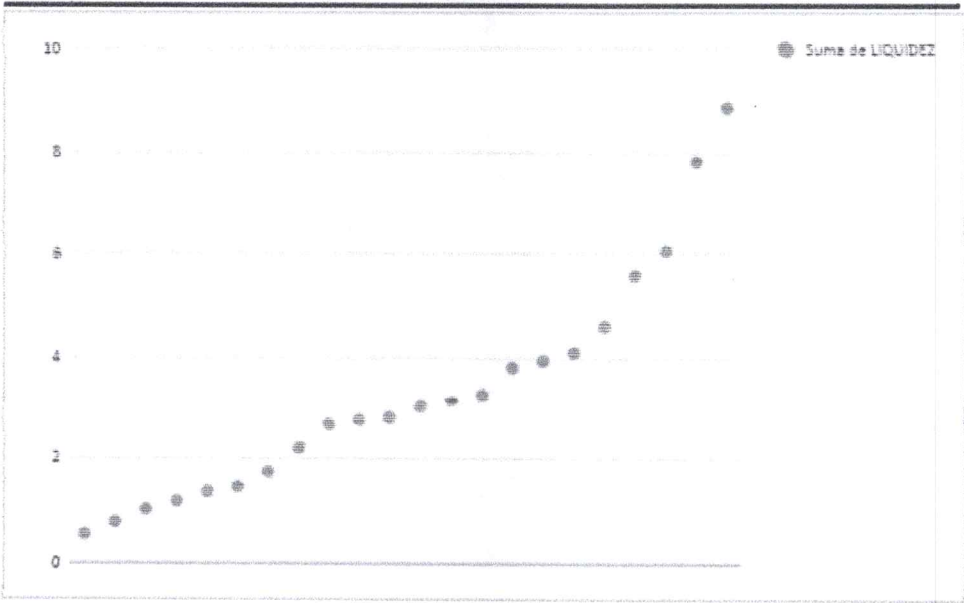
Con este indicador se mide la capacidad de pago a corto plazo de los posibles oferentes. En el sector relacionado con servicios de publicidad institucional, planes de medios, producción audiovisual, impresión de material publicitario y estrategias de comunicación institucional, la liquidez constituye un elemento relevante para garantizar la capacidad de las empresas de atender oportunamente obligaciones operativas, administrativas y financieras derivadas de la ejecución contractual.

La evaluación de este indicador permite identificar la capacidad de las empresas para responder a obligaciones de corto plazo asociadas a producción, operación, contratación de personal, pagos a proveedores, ejecución de campañas, impresión de material publicitario y demás actividades requeridas para el cumplimiento del objeto contractual.

FÓRMULA:

Activo Corriente / Pasivo Corriente

Gráfico. Dispersión del índice de liquidez en la muestra



ANÁLISIS DE LA MUESTRA INICIAL Y PODA

El promedio inicial del indicador de liquidez de los posibles oferentes identificados durante el estudio del sector evidenció la existencia de valores significativamente elevados que distorsionaban el comportamiento general de la muestra y afectaban la representatividad estadística del indicador.

Los valores atípicos identificados corresponden a los siguientes proponentes:

PROPONENTE	ÍNDICE DE LIQUIDEZ
ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DE BARRANCABERMEJA	74.56
PROCLAMA DEL PACIFICO	96.63

Teniendo en cuenta lo anterior, y con el propósito de preservar la representatividad de la muestra y evitar distorsiones en el análisis estadístico, dichos valores fueron excluidos mediante un proceso de depuración estadística (poda), considerando que corresponden a comportamientos financieros atípicos frente a las condiciones predominantes del sector analizado.

MUESTRA PODADA DEL ÍNDICE DE LIQUIDEZ

Una vez realizado el proceso de depuración estadística de la muestra, se obtuvo la siguiente relación de empresas para el cálculo del indicador de liquidez:

Tabla. Muestra podada – Índice de liquidez

PROVEEDOR	ÍNDICE DE LIQUIDEZ
-----------	--------------------

ENLACE 10 TELEVISION S.A.S.	0.54
MECA CONCEPTO GRAFICO SAS	0.78
PLUXEE COLOMBIA S.A.S.	1.03
CORPORACION EDUCATIVA INDOAMERICANA S.A.S	1.18
QUINBERLAB S.A.S	1.36
TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LIMITADA CANAL TRO	1.46
CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA S.A.S.	1.74
GRM COLOMBIA SAS	2.21
CANAL CAPITAL	2.67
ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	2.75
MILENIO COMUNICACIONES S.A.S.	2.81
PUBBLICA S A S	3.02
EDITORIAL SCRIPTO SAS	3.14
OM-VIAS S.A.S.	3.28
CORPORACION JOAN MIRO	3.81
CORPORACION COMUNITARIA DEL MAGDALENA MEDIO	3.95
ANNAR DIAGNOSTICA IMPORT S A S	4.10
INGEPLAN.CO SAS EMPRESA DE BENEFICIO E INTERES COLECTIVO BIC	4.60
PERIODICOS Y PUBLICACIONES SAS	5.59
DUPLA DISEÑO S.A.S.	6.07
SERVIMEDIOS S.A.S	7.84
LEON GRAFICAS S.A.S.	8.87

MEDIA	3.3
MEDIANA	2.9
DESVIACION ESTANDAR	1.1
VARIANZA	4.9

Fuente: Elaboración propia con base en la muestra de empresas del sector relacionada en la Tabla 1.

A partir del análisis estadístico realizado sobre la muestra podada y considerando el comportamiento financiero general de las empresas que integran el sector, se observa que los posibles oferentes presentan, en términos

generales, niveles adecuados de liquidez para atender obligaciones de corto plazo asociadas a la ejecución contractual.

En este contexto, y teniendo en cuenta que el promedio del sector corresponde a 3.3 y la mediana a 2.9, se considera técnicamente razonable sugerir un indicador de liquidez mayor o igual a 2.0, bajo criterios de proporcionalidad, razonabilidad y promoción de la pluralidad de oferentes, permitiendo ampliar las condiciones de participación sin comprometer la capacidad financiera mínima requerida para la adecuada ejecución del contrato.

De un total de veintidós (22) empresas tomadas como muestra podada, diecisiete (17) empresas cumplen con el indicador sugerido, lo que corresponde al 77.27% de la muestra analizada. Lo anterior evidencia que el parámetro propuesto favorece condiciones de libre concurrencia y participación objetiva dentro del proceso de selección, manteniendo criterios financieros acordes con las condiciones reales del mercado y la naturaleza del objeto contractual.

Por tanto, para efectos de la estructuración financiera del proceso, se sugiere el siguiente indicador:

Indicador de liquidez

Mayor o igual a 2.0

• **INDICADOR FINANCIERO- NIVEL DE ENDEUDAMIENTO**

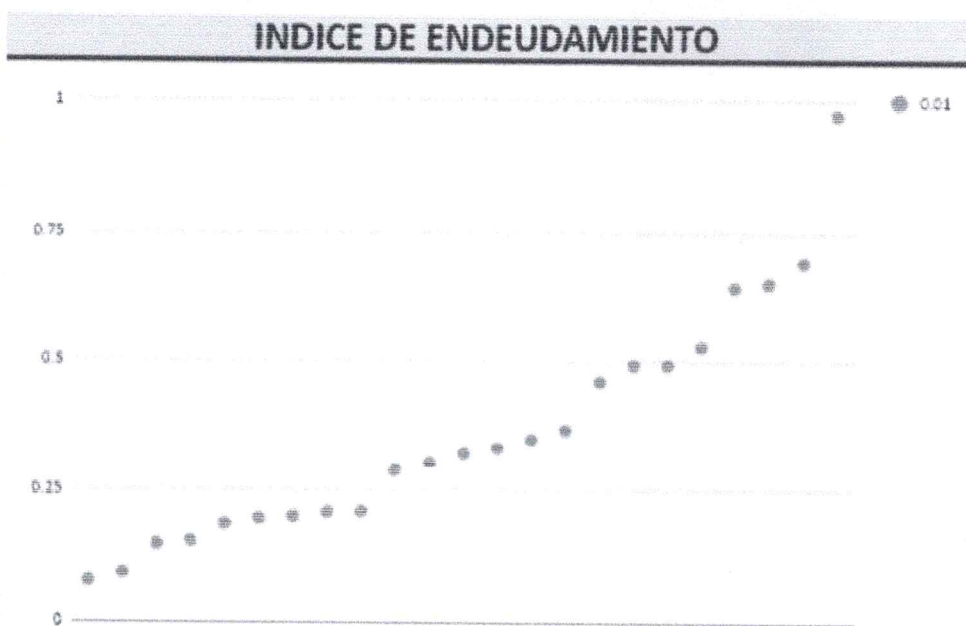
Con este indicador se mide el nivel de participación de los acreedores sobre los activos de los posibles oferentes. En el sector relacionado con servicios de publicidad institucional, planes de medios, producción audiovisual, impresión de material publicitario y estrategias de comunicación institucional, el índice de endeudamiento permite evaluar el grado de apalancamiento financiero de las empresas y su capacidad para asumir obligaciones derivadas de la ejecución contractual sin comprometer su estabilidad financiera.

La evaluación de este indicador permite identificar el nivel de dependencia financiera frente a terceros y analizar la capacidad de las empresas para sostener adecuadamente su operación, garantizando recursos suficientes para el cumplimiento de las obligaciones contractuales asociadas a producción gráfica, difusión institucional, ejecución de campañas y demás actividades relacionadas con el objeto del proceso.

FÓRMULA:

$$\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$$

Gráfico. Dispersión del índice de endeudamiento en la muestra



Fuente: Elaboración propia con base en la muestra de empresas del sector relacionada en la Tabla 1.

ANÁLISIS DE LA MUESTRA INICIAL Y PODA

Durante el análisis estadístico del indicador de endeudamiento se identificaron valores atípicos que afectaban la representatividad de la muestra y distorsionaban el comportamiento financiero predominante del sector analizado.

Los valores objeto de depuración estadística corresponden a los siguientes proponentes:

PROPONENTE	ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO
PROCLAMA DEL PACIFICO	0.01
CORPORACION COMUNITARIA DEL MAGDALENA MEDIO	0.08
SERVIMEDIOS S.A.S	0.09
CORPORACION EDUCATIVA INDOAMERICANA S.A.S	0.64
MECA CONCEPTO GRAFICO SAS	0.65
QUINBERLAB S.A.S	0.69
PLUXEE COLOMBIA S.A.S.	0.97

Teniendo en cuenta lo anterior, y con el propósito de preservar la representatividad estadística de la muestra, dichos valores fueron excluidos mediante un proceso de depuración estadística (poda), considerando que corresponden a comportamientos financieros atípicos frente a las condiciones predominantes del sector publicitario y comunicacional analizado.

MUESTRA PODADA DEL ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO

Una vez realizado el proceso de depuración estadística de la muestra, se obtuvo la siguiente relación de empresas para el cálculo del índice de endeudamiento:

Tabla. Muestra podada – Índice de endeudamiento

MUESTRA PODADA INDICE DE ENDEUDAMIENTO	
PROVEEDOR	INDICE DE ENDEUDAMIENTO
ASOCIACION DE PERIODISTAS DE BARRANCABERMEJA	0.15
CORPORACION JOAN MIRO	0.15
LEON GRAFICAS S.A.S.	0.19
CANAL CAPITAL	0.20
MILENIO COMUNICACIONES S.A.S.	0.20
ANNAR DIAGNOSTICA IMPORT S A S	0.21
CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA S.A.S.	0.21
ENLACE 10 TELEVISION S.A.S.	0.29

TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LIMITADA CANAL TRO	0.31
PERIODICOS Y PUBLICACIONES SAS	0.32
EDITORIAL SCRIPTO SAS	0.34
DUPLA DISEÑO S.A.S.	0.35
ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	0.37
INGEPLAN.CO SAS EMPRESA DE BENEFICIO E INTERES COLECTIVO BIC	0.46
OM-VIAS S.A.S.	0.49
GRM COLOMBIA SAS	0.49
PUBBLICA S A S	0.53

MEDIA	30.91%
MEDIANA	30.63%
DESVIACION ESTANDAR	2.47
VARIANZA	6.11

Fuente: Elaboración propia con base en la muestra de empresas del sector relacionada en la Tabla 1.

El promedio del indicador de endeudamiento correspondiente a la muestra podada es del 30.91%, lo que evidencia que, en promedio, las empresas analizadas financian aproximadamente el 30.91% de sus activos con recursos de terceros. Así mismo, la mediana obtenida corresponde al 30.63%, mientras que la desviación estándar es de 2.47 y la varianza de 6.11, resultados que reflejan un comportamiento financiero relativamente homogéneo dentro de la muestra analizada.

A partir del análisis estadístico realizado sobre la muestra podada y considerando el comportamiento financiero general de las empresas que integran el sector, se observa que los posibles oferentes presentan, en términos generales, niveles de endeudamiento moderados y acordes con la dinámica financiera propia del mercado analizado.

En este contexto, y teniendo en cuenta que el promedio del sector corresponde al 30.91% y la mediana al 30.63%, se considera técnicamente razonable sugerir un indicador de endeudamiento menor o igual al 50%, bajo criterios de proporcionalidad, razonabilidad y promoción de la pluralidad de oferentes, permitiendo ampliar las condiciones de participación sin afectar la estabilidad financiera mínima requerida para la adecuada ejecución contractual.

De un total de diecisiete (17) empresas tomadas como muestra podada, quince (15) empresas cumplen con el indicador sugerido, lo que corresponde al 88.24% de la muestra analizada. Lo anterior evidencia que el parámetro propuesto favorece condiciones de libre competencia y participación objetiva dentro del proceso de selección, manteniendo criterios financieros acordes con las condiciones reales del mercado y la naturaleza del objeto contractual.

Por tanto, para efectos de la estructuración financiera del proceso, se sugiere el siguiente indicador:

Indicador de endeudamiento	Menor o igual a 50%
----------------------------	---------------------

• **INDICADOR FINANCIERO- RAZON DE COBERTURA DE INTERESES**

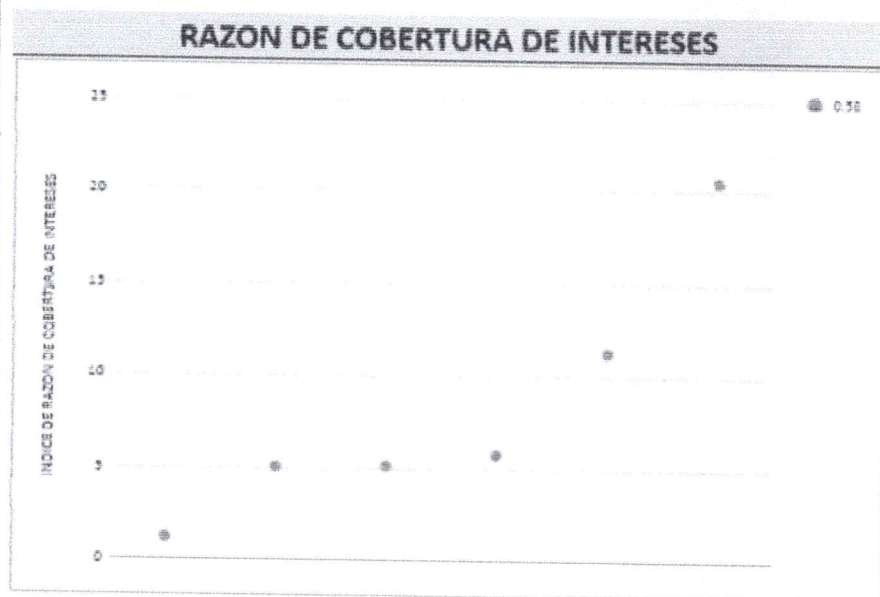
Con este indicador se mide la capacidad de los posibles oferentes para cumplir con sus obligaciones financieras derivadas del pago de intereses. En el sector relacionado con servicios de publicidad institucional, planes de medios, producción audiovisual, impresión de material publicitario y estrategias de comunicación institucional, este indicador permite evaluar la capacidad de las empresas para sostener financieramente su operación y atender compromisos crediticios sin afectar la adecuada ejecución contractual.

La evaluación de este indicador permite identificar la capacidad de los posibles oferentes para cubrir sus gastos financieros con las utilidades operacionales generadas por su actividad económica, evidenciando estabilidad financiera y capacidad para asumir obligaciones derivadas de la ejecución del contrato.

FÓRMULA:

Utilidad Operacional / Gastos de Intereses

Gráfico. Dispersión de la razón de cobertura de intereses en la muestra



Fuente: Elaboración propia con base en la muestra de empresas del sector relacionada en la Tabla 1.

ANÁLISIS DE LA MUESTRA INICIAL Y PODA

Durante el análisis estadístico del indicador de razón de cobertura de intereses se identificaron valores atípicos y resultados no aplicables matemáticamente, los cuales afectaban la representatividad de la muestra y distorsionaban el comportamiento financiero predominante del sector analizado.

Los valores objeto de depuración estadística corresponden a los siguientes proponentes:

MUESTRA PODADA INDICE DE ENDEUDAMIENTO	
PROVEEDOR	INDICE DE ENDEUDAMIENTO
ASOCIACION DE PERIODISTAS DE BARRANCABERMEJA	0.15
CORPORACION JOAN MIRO	0.15
LEON GRAFICAS S.A.S.	0.19

CANAL CAPITAL	0.20
MILENIO COMUNICACIONES S.A.S.	0.20
ANNAR DIAGNOSTICA IMPORT S A S	0.21
CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA S.A.S.	0.21
ENLACE 10 TELEVISION S.A.S.	0.29
TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LIMITADA CANAL TRO	0.31
PERIODICOS Y PUBLICACIONES SAS	0.32
EDITORIAL SCRIPTO SAS	0.34
DUPLA DISEÑO S.A.S.	0.35
ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	0.37
INGEPLAN.CO SAS EMPRESA DE BENEFICIO E INTERES COLECTIVO BIC	0.46
OM-VIAS S.A.S.	0.49
GRM COLOMBIA SAS	0.49
PUBBLICA S A S	0.53

MEDIA	30.91%
MEDIANA	30.63%
DESVIACION ESTANDAR	2.47
VARIANZA	6.11

Teniendo en cuenta lo anterior, y con el propósito de preservar la representatividad estadística de la muestra, dichos valores fueron excluidos mediante un proceso de depuración estadística (poda), considerando que corresponden a comportamientos financieros atípicos o registros no aplicables matemáticamente frente a las condiciones predominantes del sector analizado.

Los valores reportados como "#DIV/0!" corresponden a empresas que no registran gastos financieros por concepto de intereses, razón por la cual el indicador no resulta aplicable matemáticamente y no permite establecer un parámetro comparable dentro del análisis estadístico realizado.

MUESTRA PODADA DE LA RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES

Una vez realizado el proceso de depuración estadística de la muestra, se obtuvo la siguiente relación de empresas para el cálculo de la razón de cobertura de intereses:

Tabla. Muestra podada – Razón de cobertura de intereses

MUESTRA PODADA RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES
--



PROVEEDOR	RAZON DE COBERTURA DE INTERESES
CORPORACION EDUCATIVA INDOAMERICANA S.A.S	1.13
QUINBERLAB S.A.S	5.06
EDITORIAL SCRIPTO SAS	5.13
GRM COLOMBIA SAS	5.77
PUBBLICA S A S	11.22
ANNAR DIAGNOSTICA IMPORT S A S	20.51

MEDIA	8.14
MEDIANA	5.45
DESVIACION ESTANDAR	6.87
VARIANZA	47.17

Fuente: Elaboración propia con base en la muestra de empresas del sector relacionada en la Tabla 1.

El promedio de la razón de cobertura de intereses correspondiente a la muestra podada es de 8.14, lo que evidencia que, en promedio, las empresas analizadas cuentan con capacidad suficiente para cubrir sus gastos financieros derivados de intereses mediante las utilidades generadas por su operación. Así mismo, la mediana obtenida corresponde a 5.45, mientras que la desviación estándar es de 6.87 y la varianza de 47.17, resultados que reflejan un comportamiento financiero razonablemente consistente dentro de la muestra analizada.

A partir del análisis estadístico realizado sobre la muestra podada y considerando el comportamiento financiero general de las empresas que integran el sector, se observa que los posibles oferentes presentan, en términos generales, capacidad suficiente para atender obligaciones financieras derivadas del pago de intereses sin comprometer la estabilidad operativa requerida para la ejecución contractual.

En este contexto, y teniendo en cuenta que el promedio del sector corresponde a 8.14 y la mediana a 5.45, se considera técnicamente razonable sugerir una razón de cobertura de intereses mayor o igual a 7, bajo criterios de proporcionalidad, razonabilidad y promoción de la pluralidad de oferentes, permitiendo garantizar condiciones adecuadas de capacidad financiera para la ejecución del contrato.

De un total de seis (6) empresas tomadas como muestra podada, dos (2) empresas cumplen con el indicador sugerido, lo que corresponde al 33.33% de la muestra analizada. No obstante, teniendo en cuenta la naturaleza del indicador y las particularidades financieras del sector, especialmente respecto de empresas que no registran gastos financieros por intereses, el parámetro sugerido se considera técnicamente adecuado para efectos de la estructuración financiera del proceso.

Por tanto, para efectos de la estructuración financiera del proceso, se sugiere el siguiente indicador:

Indicador de cobertura de intereses	Mayor o igual a 7.0
-------------------------------------	---------------------

• INDICADOR- CAPITAL DE TRABAJO

Con fundamento en la información financiera analizada dentro de la muestra seleccionada, se evidenció que las empresas del sector presentan capacidad suficiente para respaldar financieramente la ejecución del contrato



mediante recursos de corto plazo, permitiendo garantizar estabilidad operativa y adecuada capacidad de respuesta durante el desarrollo de las obligaciones contractuales.

En este contexto, y teniendo en cuenta la naturaleza del objeto contractual, el valor estimado del proceso y las condiciones generales del sector analizado, se considera técnicamente razonable sugerir un capital de trabajo mayor o igual al 100% del presupuesto oficial del proceso, bajo criterios de proporcionalidad, razonabilidad y promoción de la pluralidad de oferentes.

Lo anterior permite garantizar que los posibles oferentes cuenten con recursos financieros suficientes para operar de manera eficiente y asumir las obligaciones derivadas de la ejecución contractual sin depender exclusivamente de flujos futuros o mecanismos externos de financiación.

De un total de veinticuatro (24) empresas tomadas como muestra, las veinticuatro (24) empresas cumplen con el parámetro sugerido, lo que corresponde al 100% de la muestra analizada. Lo anterior evidencia que el indicador propuesto resulta acorde con las condiciones financieras del sector y garantiza condiciones de pluralidad de oferentes dentro del proceso de selección.

Por tanto, para efectos de la estructuración financiera del proceso, se sugiere el siguiente indicador:

Indicador Capital de Trabajo	Mayor o igual a (1) una vez el presupuesto oficial
------------------------------	--

• **INDICADOR ORGANIZACIONAL- RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO**

Con este indicador se mide la capacidad de los posibles oferentes para generar utilidades a partir de los recursos propios de la organización. En el sector relacionado con servicios de publicidad institucional, planes de medios, producción audiovisual, impresión de material publicitario y estrategias de comunicación institucional, este indicador permite evaluar el nivel de eficiencia financiera y sostenibilidad económica de las empresas que participan en el mercado.

La evaluación de este indicador permite identificar la capacidad de las empresas para generar rentabilidad sobre el patrimonio invertido, evidenciando niveles de eficiencia administrativa, estabilidad financiera y capacidad para sostener adecuadamente la operación requerida para la ejecución contractual.

FÓRMULA:
Utilidad Operacional / Patrimonio

Gráfico. Dispersión de la rentabilidad del patrimonio en la muestra

INDICADOR - RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO

contra MUESTRA PODADA RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO



Fuente: Elaboración propia con base en la muestra de empresas del sector relacionada en la Tabla 1.

ANÁLISIS DE LA MUESTRA Y PODA

Durante el análisis estadístico del indicador de rentabilidad del patrimonio se identificaron valores atípicos significativamente elevados, los cuales afectaban la representatividad de la muestra y distorsionaban el comportamiento financiero predominante del sector analizado.

Los valores objeto de depuración estadística corresponden a los siguientes proponentes:

PROPONENTE	RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO
MECA CONCEPTO GRAFICO SAS	0.54
CORPORACION JOAN MIRO	0.57
INGEPLAN.CO SAS EMPRESA DE BENEFICIO E INTERES COLECTIVO BIC	0.61
PLUXEE COLOMBIA S.A.S.	0.64
CORPORACION COMUNITARIA DEL MAGDALENA MEDIO	0.65
PROCLAMA DEL PACIFICO	0.92
ASOCIACION DE PERIODISTAS DE BARRANCABERMEJA	1.10

Teniendo en cuenta lo anterior, y con el propósito de preservar la representatividad estadística de la muestra y evitar distorsiones en el análisis financiero del sector, dichos valores fueron excluidos mediante un proceso de depuración estadística (poda), considerando que corresponden a comportamientos financieros atípicos frente a las condiciones predominantes del mercado analizado.

MUESTRA PODADA DE LA RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO

Una vez realizado el proceso de depuración estadística de la muestra, se obtuvo la siguiente relación de empresas para el cálculo del indicador de rentabilidad del patrimonio:

Tabla. Muestra podada – Rentabilidad del patrimonio

PROVEEDOR	INDICADOR - RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO
OM-VIAS S.A.S.	0.01
EDITORIAL SCRIPTO SAS	0.02
ENLACE 10 TELEVISION S.A.S.	0.04
SERVIMEDIOS S.A.S	0.05
CANAL CAPITAL	0.05
PERIODICOS Y PUBLICACIONES SAS	0.09
MILENIO COMUNICACIONES S.A.S.	0.10
ANNAR DIAGNOSTICA IMPORT S A S	0.15
CANAL REGIONAL DE TELEVISION TEVEANDINA S.A.S.	0.18
QUINBERLAB S.A.S	0.24
PUBLICA S A S	0.25
CORPORACION EDUCATIVA INDOAMERICANA S.A.S	0.26
LEON GRAFICAS S.A.S.	0.31
DUPLA DISEÑO S.A.S.	0.32
GRM COLOMBIA SAS	0.33
ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	0.37
TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LIMITADA CANAL TRO	0.39

MEDIA	18.6%
MEDIANA	18.2%
DESVIACION ESTANDAR	0.13

VARIANZA

0.02

Fuente: Elaboración propia con base en la muestra de empresas del sector relacionada en la Tabla 1.

El promedio del indicador de rentabilidad del patrimonio correspondiente a la muestra podada es del 18.6%, lo que evidencia que, en promedio, las empresas analizadas generan utilidades equivalentes al 18.6% de su patrimonio. Así mismo, la mediana obtenida corresponde al 18.2%, mientras que la desviación estándar es de 0.13 y la varianza de 0.02, resultados que reflejan un comportamiento financiero relativamente homogéneo dentro de la muestra analizada.

A partir del análisis estadístico realizado sobre la muestra podada y considerando el comportamiento financiero general de las empresas que integran el sector, se observa que los posibles oferentes presentan, en términos generales, niveles adecuados de rentabilidad y capacidad de generación de utilidades sobre el patrimonio.

En este contexto, y teniendo en cuenta que el promedio del sector corresponde al 18.6% y la mediana al 18.2%, se considera técnicamente razonable sugerir un indicador de rentabilidad del patrimonio mayor o igual al 8%, bajo criterios de proporcionalidad, razonabilidad y promoción de la pluralidad de oferentes, permitiendo ampliar las condiciones de participación sin afectar la capacidad financiera requerida para la adecuada ejecución contractual.

De un total de veinticuatro (24) empresas tomadas como muestra, diecinueve (19) empresas cumplen con el indicador sugerido, lo que corresponde al 79.17% de la muestra analizada. Lo anterior evidencia que el parámetro propuesto favorece condiciones de libre competencia y participación objetiva dentro del proceso de selección, manteniendo criterios financieros acordes con las condiciones reales del mercado y la naturaleza del objeto contractual.

Por tanto, para efectos de la estructuración financiera del proceso, se sugiere el siguiente indicador:

Indicador rentabilidad del patrimonio	Mayor o igual a 0.08
---------------------------------------	----------------------

• INDICADOR ORGANIZACIONAL- RENTABILIDAD DEL ACTIVO

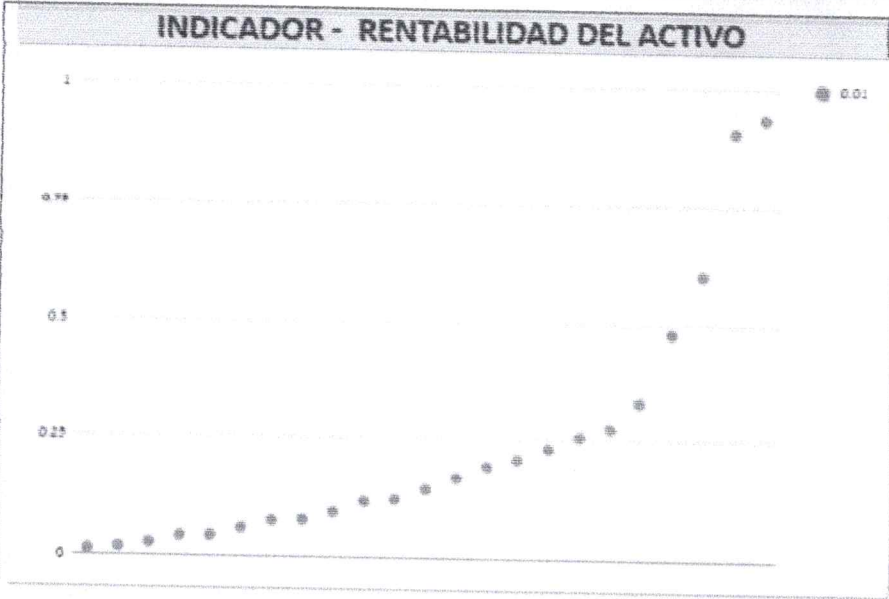
Con este indicador se mide la capacidad de los posibles oferentes para generar utilidades a partir del total de los recursos invertidos en la organización. En el sector relacionado con servicios de publicidad institucional, planes de medios, producción audiovisual, impresión de material publicitario y estrategias de comunicación institucional, este indicador permite evaluar la eficiencia en el uso de los activos para la generación de beneficios y la sostenibilidad financiera de las empresas que integran el mercado analizado.

La evaluación de este indicador permite identificar la capacidad de las empresas para generar rentabilidad a partir de sus activos, evidenciando niveles de eficiencia operativa y capacidad administrativa para sostener adecuadamente las actividades requeridas para la ejecución contractual.

FÓRMULA:

Rentabilidad del Activo (RA) = Utilidad Operacional / Activo Total

Gráfico. Dispersión del indicador de rentabilidad del activo en la muestra



Fuente: Elaboración propia con base en la muestra de empresas del sector relacionada en la Tabla 1.

ANÁLISIS DE LA MUESTRA Y PODA

Durante el análisis estadístico del indicador de rentabilidad del activo se identificaron valores atípicos elevados, los cuales afectaban la representatividad de la muestra y distorsionaban el comportamiento financiero predominante del sector analizado.

Los valores objeto de depuración estadística corresponden a los siguientes proponentes:

PROPONENTE	RENTABILIDAD DEL ACTIVO
FUNDACION GESTORES SOCIALES	1.45
CORPORACION ARTE CULTURA Y CIUDAD	1.85

Teniendo en cuenta lo anterior, y con el propósito de preservar la representatividad estadística de la muestra y evitar distorsiones en el análisis financiero del sector, dichos valores fueron excluidos mediante un proceso de depuración estadística (poda), considerando que corresponden a comportamientos financieros atípicos frente a las condiciones predominantes del mercado analizado.

MUESTRA PODADA DEL INDICADOR DE RENTABILIDAD DEL ACTIVO

Una vez realizado el proceso de depuración estadística de la muestra, se obtuvo la siguiente relación de empresas para el cálculo del indicador de rentabilidad del activo:

Tabla. Muestra podada – Rentabilidad del activo

PROVEEDOR	INDICADOR - RENTABILIDAD DEL ACTIVO
OM-VIAS S.A.S.	0.01
EDITORIAL SCRIPTO SAS	0.01

PLUXEE COLOMBIA S.A.S.	0.02
ENLACE 10 TELEVISION S.A.S.	0.03
CANAL CAPITAL	0.04
SERVIMEDIOS S.A.S	0.04
PERIODICOS Y PUBLICACIONES SAS	0.06
QUINBERLAB S.A.S	0.07
MILENIO COMUNICACIONES S.A.S.	0.08
CORPORACION EDUCATIVA INDOAMERICANA S.A.S	0.09
PUBBLICA S A S	0.12
ANNAR DIAGNOSTICA IMPORT S A S	0.12
CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA S.A.S.	0.14
GRM COLOMBIA SAS	0.17
MECA CONCEPTO GRAFICO SAS	0.19
DUPLA DISEÑO S.A.S.	0.21
ACOMEDIOS PUBLICIDAD Y MERCADEO SAS	0.23
LEON GRAFICAS S.A.S.	0.26
TELEVISION REGIONAL DEL ORIENTE LIMITADA CANAL TRO	0.27
INGEPLAN.CO SAS EMPRESA DE BENEFICIO E INTERES COLECTIVO BIC	0.33

MEDIA	12.42%
MEDIANA	10.52%
DESVIACION ESTANDAR	0.10
VARIANZA	0.01

Fuente: Elaboración propia con base en la muestra de empresas del sector relacionada en la Tabla 1.

El promedio del indicador de rentabilidad del activo correspondiente a la muestra podada es del 22.90%, lo que evidencia que, en promedio, las empresas analizadas generan utilidades equivalentes al 22.90% del total de sus activos. Así mismo, la mediana obtenida corresponde al 25.05%, mientras que la desviación estándar es de 0.11 y la varianza de 0.01, resultados que reflejan un comportamiento financiero relativamente homogéneo dentro de la muestra analizada.

Una vez realizada la depuración estadística de la muestra, se observa que la mayoría de las empresas presentan indicadores de rentabilidad del activo dentro de rangos moderados y consistentes con la naturaleza financiera del sector analizado, evidenciando condiciones adecuadas de eficiencia en el uso de los recursos.

En este contexto, y teniendo en cuenta que el promedio del sector corresponde al 22.90% y la mediana al 25.05%, se considera técnicamente razonable sugerir un indicador de rentabilidad del activo mayor o igual al 6%, bajo criterios de proporcionalidad, razonabilidad y promoción de la pluralidad de oferentes, permitiendo ampliar las condiciones de participación sin afectar la capacidad financiera requerida para la adecuada ejecución contractual.

De un total de veintinueve (29) empresas tomadas como muestra, veinticinco (25) empresas cumplen con el indicador sugerido, lo que corresponde al 86.21% de la muestra analizada. Lo anterior evidencia que el parámetro propuesto favorece condiciones de libre competencia y participación objetiva dentro del proceso de selección, manteniendo criterios financieros acordes con las condiciones reales del mercado y la naturaleza del objeto contractual.

Por tanto, para efectos de la estructuración financiera del proceso, se sugiere el siguiente indicador:

Indicador	rentabilidad del	Mayor o igual a 0.06
Activo		

• INDICADORES FINANCIEROS Y ORGANIZACIONALES

El análisis financiero realizado permitió identificar el comportamiento económico y financiero de las empresas que integran el sector relacionado con servicios de publicidad institucional, planes de medios, producción audiovisual, impresión de material publicitario y estrategias de comunicación institucional.

El estudio evidenció que el sector presenta una composición heterogénea, en la cual participan empresas con diferentes estructuras organizacionales y capacidades operativas, incluyendo micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, cuyas condiciones financieras responden a su tamaño, nivel de operación y modelo de negocio. Esta diversidad fue tomada en cuenta para la estructuración de los indicadores sugeridos, con el fin de reflejar adecuadamente las condiciones reales del mercado analizado.

En este contexto, los parámetros financieros y organizacionales propuestos buscan garantizar que los posibles oferentes cuenten con capacidad financiera y operativa suficiente para asumir las obligaciones derivadas del contrato, sin establecer condiciones restrictivas que limiten la participación de oferentes o afecten la pluralidad dentro del proceso de selección.

Así mismo, los indicadores sugeridos fueron definidos con fundamento en el análisis estadístico realizado sobre la muestra seleccionada, aplicando criterios de proporcionalidad, razonabilidad y promoción de la libre competencia, evidenciando que un porcentaje representativo de las empresas analizadas cumple con los parámetros financieros propuestos.

Este enfoque contribuye a fortalecer la transparencia, objetividad y eficiencia del proceso contractual, garantizando al mismo tiempo una adecuada gestión del riesgo y de los recursos públicos, mediante la estructuración de condiciones financieras acordes con la naturaleza y alcance del objeto contractual.

Teniendo en cuenta la muestra analizada y en cumplimiento de lo establecido en el artículo 2.2.1.1.1.5.3 del Decreto 1082 de 2015, se sugieren los siguientes indicadores de capacidad financiera y organizacional:

Tabla. Indicadores financieros sugeridos

INDICADORES DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL			
INDICADOR	FÓRMULA		MARGEN SOLICITADO
Rentabilidad del patrimonio	Utilidad o pérdida operacional	/	Mayor o igual a 0.08
	Patrimonio		

Rentabilidad del activo	Utilidad o pérdida operacional / Activo Total	Mayor o igual a	0.06
-------------------------	---	-----------------	------

INDICADORES DE CAPACIDAD FINANCIERA			
INDICADOR	FÓRMULA	MARGEN SOLICITADO	
Liquidez	Activo Corriente / Pasivo Corriente	Mayor o igual a	2.80
Nivel endeudamiento	Pasivo Total / Activo Total	Menor o igual a	0.50
Razón de cobertura de Int.	Utilidad Operacional / Gastos de Intereses	Mayor o igual a	7.00
CAPITAL DE TRABAJO	Activo Corriente - Pasivo Corriente	Mayor o igual a	1 vez el presupuesto oficial.

Fuente: Elaboración propia con base en la muestra de empresas del sector relacionada en la Tabla 1.

6.6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN, ASIGNACIÓN DE PUNTAJE Y CRITERIOS DE DESEMPATE

La entidad calificará las ofertas que hayan cumplido con los requisitos habilitantes con los siguientes puntajes:

PUNTAJES GENERALES

Concepto	Puntaje máximo
Oferta económica	25
Factor de calidad	64.5
Apoyo a la industria nacional	Entre el 10
Proponente Empresa o Emprendimiento de Mujer Art. 2.2.1.2.4.2.14 Para proponente plurales siempre que un integrante que tenga dicha calidad participe en mínimo un 10%	Hasta 0,25
Proponente Mipyme (No aplica si la convocatoria si Limita a Mipyme) Para proponente plurales siempre que un integrante que tenga dicha calidad participe en mínimo un 10%	Hasta 0.25
Total	100

Las entidades estatales deben consultar y analizar las anotaciones vigentes que reposen en el Registro Nacional de Obras Civiles Inconclusas, de que trata la Ley 2020 de 2020. En el evento que las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras domiciliadas o con sucursal en Colombia, o integrantes de proponentes plurales, cuenten con alguna anotación vigente de obra civil inconclusa, en el mencionado registro, se descontará un (1) punto de la sumatoria obtenida en relación con el factor de calidad.

De conformidad con la Ley 2195 de 2022 en su artículo 58. Reducción de Puntaje por Incumplimiento de Contratos, se reducirá durante la evaluación de las ofertas en la etapa precontractual el dos por ciento (2%) del total de los puntos establecidos en el proceso a los proponentes que se les haya impuesto una o más multas o cláusulas penales durante el último año, contado a partir de la fecha prevista para la presentación de las ofertas, sin importar la cuantía y sin perjuicio de las demás consecuencias derivadas del incumplimiento. Esta reducción también afecta a los consorcios y uniones temporales si alguno de sus integrantes se encuentra en la situación anterior. En la carta de presentación de la propuesta deberá informarse esta situación

6.7.1. OFERTA ECONÓMICA

A. Menor Valor

La entidad otorgará el máximo puntaje a la oferta económica hábil para calificación económica de menor valor.

$$V_{\min} = \text{Mínimo } (V_1; V_2; \dots; V_m)$$

Donde:

- V_i : Es el valor total corregido de cada una de las propuestas "i".
- m : Es el número total de propuestas económicas válidas recibidas por la entidad estatal.
- $V_{\min}$: Es el valor total corregido de la propuesta válida más baja.

La entidad procederá a ponderar las propuestas de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje} = \frac{25 * V_{\min}}{V_i}$$

Donde:

- $V_{\min}$: Es el valor total corregido de la propuesta válida más baja.
- V_i : Es el valor total corregido de cada una de las propuestas "i".

6.7.2. FACTOR CALIDAD

- **SERVICIO DE ACOMPAÑAMIENTO PERIODISTICO A LOS EVENTOS QUE REALICE LA ENTIDAD 30 PUNTOS**

Se le otorgarán 30 puntos al proponente que ofrezca el servicio de acompañamiento periodístico a todos los eventos que realice la entidad y que sean requeridos por el supervisor del contrato, lo cual constituye una mayor cobertura de la información y mejor calidad del producto final.

Para el otorgamiento de este puntaje, el proponente deberá allegar una carta de compromiso suscrita por el representante legal, dirigido a la Alcaldía municipal de Facatativá, en donde realice el compromiso de prestar el servicio de acompañamiento periodístico a los eventos que realice la entidad y que sean requeridos por el supervisor del contrato, sin generar un costo adicional a la Entidad.

- **VÍNCULOS COMERCIALES ADICIONALES 34.5 PUNTOS**

El proponente deberá allegar los vínculos comerciales con medios de comunicación con que cuenta el proponente, adicionales a los mencionados en los requisitos habilitante, en aras de garantizar mayor capacidad de difusión de la información así:

- ✓ Allegue 2. Certificaciones adicionales con medios locales de Facatativá.
- ✓ Allegue 6. Certificaciones adicionales con medios de Sabana Occidente.
- ✓ Allegue 3. Certificaciones comerciales con medios comunitarios o con nivel Nacional.

Las certificaciones deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Nombre o razón social del medio de comunicación.
- Nombre del representante legal del medio de comunicación.
- Fecha de inicio y fecha terminación de la última pauta realizada con el medio (día, mes y año)
- Firma de quien expide certificación

6.7.3. APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL

Los Proponentes pueden obtener puntaje de apoyo a la industria nacional por: i) Servicios Nacionales o con Trato Nacional o por ii) la incorporación de componente nacional en servicios extranjeros. La Entidad en ningún caso otorgará simultáneamente el puntaje por ambos aspectos.

Los puntajes para estimular a la industria nacional se relacionan en la siguiente tabla:

Concepto	Puntaje
Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional	10
Incorporación de componente nacional en servicios extranjeros	5

6.7.3.1. PROMOCIÓN DE SERVICIOS NACIONALES O CON TRATO NACIONAL

En los contratos que deban cumplirse en Colombia, el servicio es nacional cuando además de ofertarse por una persona natural colombiana o por un residente en Colombia, por una persona jurídica constituida de conformidad con la legislación colombiana o por un Proponente Plural conformado por estos o por estos y un extranjero con Trato Nacional, (i) usa el o los bienes nacionales relevantes definidos por la Entidad Estatal para el desarrollo de la obra o (ii) vincula el porcentaje mínimo de personal colombiano, según corresponda.

En los contratos que no deban cumplirse en Colombia, que sean prestados en el extranjero y estén sometidos a la legislación colombiana, un servicio es colombiano si es prestado por una persona natural colombiana o por un residente en Colombia, por una persona jurídica constituida de conformidad con la legislación colombiana o por un Proponente Plural conformado por estos, sin que sea necesario el uso de bienes colombianos o la vinculación de personal colombiano.

En el caso de los Proponentes extranjeros con trato nacional que participen en el Proceso de Contratación de manera singular o mediante la conformación de un Proponente Plural podrán definir si aplican las reglas previstas en este numeral o, si por el contrario, deciden acogerse a la regla de origen de su país. Para definir la regla aplicable al proceso, el Proponente extranjero con trato nacional así lo manifestará con el diligenciamiento de la opción 3 del Formulario No. 6 Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional. En el caso que no se diligencie la opción 3 del Formulario No. 6 Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional, la Entidad Estatal deberá evaluar la oferta de acuerdo con las reglas previstas en este numeral.

Para determinar uno o varios bienes nacionales relevantes, la Entidad Estatal debe aplicar los criterios establecidos en el artículo 2.2.1.2.4.2.9. del Decreto 1082 de 2015, lo cual constará en los estudios y documentos previos.

Se otorgará el puntaje a los Proponentes que se comprometan a vincular al desarrollo del objeto contractual un porcentaje de empleados o contratistas por prestación de servicios colombianos de al menos el cuarenta por ciento (40 %) del personal requerido para el cumplimiento del contrato.

De conformidad con la consulta del Registro de Productores de Bienes Nacionales, realizada en fecha 11/08/2022, se determinó que los bienes relevantes para el desarrollo de la prestación del servicio no se encuentran incluidos en dicho registro de conformidad con el numeral 3 del artículo 2.2.1.2.4.2.9. del Decreto 1082 de 2015. Por tal motivo, se otorgará el puntaje de apoyo a la industria nacional a los Proponentes que se comprometan a vincular al desarrollo del objeto contractual un porcentaje de empleados o contratistas por prestación de servicios colombianos, de al menos el cuarenta por ciento (40 %), del personal requerido para el cumplimiento del contrato.

En el caso de Proponentes Plurales, todos, varios o cualquiera de sus integrantes podrá vincular un porcentaje de empleados o contratistas por prestación de servicios colombianos, de al menos el cuarenta por ciento (40 %), del personal requerido para el cumplimiento del contrato.

Además de la incorporación del bien nacional relevante o del porcentaje de personal colombiano requerido para la ejecución del contrato, tratándose de Proponentes Plurales, su composición deberá estar acorde con lo exigido por la noción de Servicios Nacionales prevista en el artículo 2.2.1.1.3.1 del Decreto 1082 de 2015, de lo que dependerá la franja del puntaje aplicable en lo referente al apoyo de la industria nacional.

A tales efectos en la siguiente tabla se indican las posibles composiciones de Proponentes Plurales, la regla de origen que les aplica en virtud de dicha conformación, así como la franja de puntaje correspondiente:

No.	Composición del Proponente Plural	Regla de origen aplicable	Puntaje aplicable
1.	Únicamente integrantes colombianos	Decreto 1082 de 2015	Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional (6.7.3.1.)

2.	Colombianos en asocio con extranjeros con trato nacional	Decreto 1082 de 2015	Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional (6.7.3.1.)
3.	Únicamente integrado por extranjeros con trato nacional	La regla de origen del país con el que se tenga acuerdo comercial o la del Decreto 1082 de 2015. Si el Proponente Plural no especifica a cuál regla se acoge, se aplicará la del Decreto 1082 de 2015.	Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional (6.7.3.1.)
4.	Proponente plural en el que al menos uno de los integrantes es extranjero sin trato nacional.	No aplica la regla de origen del Decreto 1082 de 2015, ni la de los países de origen.	Incorporación de componente nacional en servicios extranjeros (6.7.3.2.)

6.7.3.1.1. ACREDITACIÓN DEL PUNTAJE POR SERVICIOS NACIONALES O CON TRATO NACIONAL

La Entidad asignará hasta diez (10) puntos a la oferta de: I) Servicios Nacionales o II) con Trato Nacional.

Para que el Proponente nacional obtenga puntaje por Servicios Nacionales debe presentar, además del Formulario No. 6 Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional, alguno de los siguientes documentos, según corresponda:

- Persona natural colombiana: La cédula de ciudadanía del Proponente.
- Persona natural extranjera residente en Colombia: La visa de residencia que le permita la ejecución del objeto contractual de conformidad con la ley.
- Persona jurídica constituida en Colombia: El certificado de existencia y representación legal emitido por alguna de las cámaras de comercio del país.

Para que el Proponente extranjero con trato nacional obtenga el puntaje por apoyo a la industria nacional por promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional solo deberá presentar el Formulario No. 6 Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional.

Para el Proponente extranjero con trato nacional que diligencie la opción 3 del Formulario No. 6 – Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional obtenga el puntaje por Trato Nacional, deberá acreditar que los servicios son originarios de: a) los Estados mencionados en la sección de acuerdos comerciales aplicables al presente Proceso de Contratación; b) los Estados en los cuales si bien no existe Acuerdo Comercial, el Gobierno Nacional ha certificado que los oferentes extranjeros gozan de Trato Nacional, en los términos del artículo 2.2.1.2.4.1.3. del Decreto 1082 de 2015; o c) los Estados miembros de la Comunidad Andina de Naciones. Para esto, deberá demostrar que cumple con la regla de origen contemplada para los Servicios Nacionales del respectivo país, allegando la información y/o documentación que sea requerida.

El Proponente nacional podrá subsanar la falta de presentación de la cédula de ciudadanía o del certificado de existencia y representación legal para acreditar el requisito habilitante de capacidad jurídica. No obstante, no podrá subsanar esta circunstancia para la asignación del puntaje por Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional.

La Entidad Estatal asignará el puntaje por apoyo a la industria nacional por promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional al Proponente Plural conformado por nacionales cuando cada uno de sus integrantes presente alguno de los documentos indicados en este numeral, según corresponda. A su vez, el representante del Proponente Plural deberá diligenciar el Formulario No. 6 Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional. Cuando uno o varios de sus integrantes no cumplan con las condiciones descritas, el Proponente Plural no obtendrá puntaje por Promoción de Servicios Nacionales o Trato Nacional.

6.7.3.2. INCORPORACIÓN DE COMPONENTE NACIONAL EN SERVICIOS EXTRANJEROS

La Entidad Estatal asignará cinco (5) puntos a los Proponentes extranjeros sin derecho a Trato Nacional o a Proponentes Plurales en los que al menos uno de sus integrantes sea un extranjero sin derecho a Trato Nacional, que incorporen a la ejecución del contrato más del noventa por ciento (90 %) del personal técnico, operativo y profesional de origen colombiano.

Por otro lado, el Proponente que ofrezca personal colombiano con títulos académicos otorgados en el exterior deberá acreditar la convalidación de estos títulos en Colombia ante el Ministerio de Educación Nacional. En este sentido, para acreditar los títulos académicos otorgados en el exterior se requiere presentar la Resolución expedida por el Ministerio de Educación Nacional que convalida el título obtenido en el exterior.

Para recibir el puntaje por incorporación de componente colombiano, el representante legal o el apoderado del Proponente deberá diligenciar el Formulario No. 7 Incorporación de Componente Nacional en Servicios Extranjeros el cual manifieste bajo la gravedad de juramento que incorporará en la ejecución del contrato más del noventa por ciento (90%) de personal técnico, operativo y profesional de origen colombiano, en caso de resultar adjudicatario del Proceso de Contratación.

La Entidad Estatal únicamente otorgará el puntaje por promoción de la incorporación de componente nacional cuando el Proponente que presente el Formulario No. 7 Incorporación de Componente Nacional en Servicios Extranjeros no haya recibido puntaje alguno por promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional.

El Formulario No. 7 Incorporación de Componente Nacional en Servicios Extranjeros solo debe ser aportado por los Proponentes extranjeros sin derecho a trato nacional que opten por incorporar personal colombiano. En el evento que un Proponente extranjero sin derecho a Trato a Nacional o un Proponente Plural en el que al menos uno de sus integrantes sea un extranjero sin Trato Nacional, en lugar del Formulario No. 7 Incorporación de Componente Nacional en Servicios Extranjeros, presente el Formulario No. 6 – Promoción de Servicios Nacionales o con Trato Nacional, no habrá lugar a otorgar puntaje por el factor del numeral

En caso de no efectuar ningún ofrecimiento, el puntaje por este factor será de cero (0).

6.7.4. VINCULACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

No aplica para el presente proceso contractual por ser una selección abreviada de menor cuantía.

6.7.5. PROPONENTE EMPRESA O EMPRENDIMIENTO DE MUJER

Se otorgara un puntaje de cero punto veinticinco por ciento (0.25%) del valor total de los puntos al proponente que acredite alguno de los supuestos del artículo 2.2.1.2.4.2.14. Decreto 1082 de 2015

Tratándose de proponentes plurales, el criterio puntual solo se aplicará si por lo menos uno de los integrantes acredita que es emprendimientos y empresa de mujeres y que tenga una participación igual o superior al diez por ciento (10%) en el consorcio o unión temporal.

6.7.6. PROPONENTE MIPYME - No aplica si la convocatoria se limita a Mipymes

Se otorgara un puntaje de cero punto veinticinco por ciento (0.25%) del valor total de los puntos al proponente que acredite su calidad de Mipyme conforme al artículo 2.2.1.2.4.2.4. Decreto 1082 de 2015 en concordancia con los criterios de clasificación contenidos en el Decreto 1074 de 2015.

Tratándose de proponentes plurales, el criterio puntual solo se aplicará si por lo menos uno de los integrantes acredita que es Mipyme y que tenga una participación igual o superior al diez por ciento (10%) en el consorcio o proponente plural.

6.7.7. CRITERIOS DE DESEMPATE

En caso de empate, la Entidad Estatal aplicará los criterios de que trata el artículo 35 de la Ley 2069 de 2020, conforme a los medios de acreditación definidos en el Decreto 1860 de 2021 o las normas que los modifiquen, adicionen o sustituyan.

El proponente deberá aportar los documentos que acrediten información relacionada con los factores de desempate de personas en procesos de reincorporación o reintegración o mujeres víctimas de violencia intrafamiliar o la población indígena, negra, afrocolombiana, raizal, palenquera, Rrom o gitana, en la pregunta tipo anexo indicada como confidencial en SECOP II

7. ANALISIS DEL RIESGO Y FORMA DE MITIGARLO

Numeral 6 Decreto 1082 de 2015 (Modificado por el artículo 1 del Decreto 399 del 13 de abril de 2021)

Los proponentes deben realizar todas las evaluaciones y estimaciones que sean necesarias para presentar su propuesta sobre la base de un examen cuidadoso de sus características, incluyendo los estudios, diseños, evaluaciones y verificaciones que consideren necesarios para formular la propuesta con base en su propia información, de manera tal que el proponente debe tener en cuenta el cálculo de los aspectos económicos del proyecto, los cuales deben incluir todas las obligaciones y asunción de riesgos que emanan del Contrato.

Si el proponente que resulte adjudicatario ha evaluado incorrectamente o no ha considerado toda la información que pueda influir en la determinación de los costos, no se eximirá de su responsabilidad por la ejecución completa del contrato ni le dará derecho a reembolso de costos ni a reclamaciones o reconocimientos adicionales de ninguna naturaleza.

Ver Anexo Matriz de Riesgo. Formato GJU-FR-179 en la cual se tipifican los riesgos previsibles, preparada por la entidad hace parte integrante del estudio previo y el pliego de condiciones y los interesados podrán presentar sus observaciones durante la etapa de observaciones al proyecto o al pliego de condiciones.

En efecto, hasta la fecha límite prevista en el cronograma del proceso para la solicitud de aclaraciones, los posibles oferentes o interesados en participar en el proceso deberán manifestar a la entidad, teniendo en cuenta el conocimiento que tienen como expertos en su actividad ordinaria, la existencia de posibles riesgos asociados a la ejecución del contrato que puedan afectar el equilibrio económico del mismo, de conformidad con lo expresado por el artículo 863 del Código de Comercio, según el cual, las partes deberán proceder de buena fe exenta de culpa en el período precontractual, so pena de indemnizar los perjuicios que se causen.

En consecuencia, la Entidad no aceptará reclamaciones relacionadas con circunstancias previsibles por el contratista que afecten dicho equilibrio económico y que no hayan sido manifestadas por el mismo, en tal plazo.

De acuerdo con la distribución anterior, no procederán reclamaciones del Contratista, basadas en ningún reconocimiento, ni ofrecerá garantía alguna, que permita eliminar o mitigar los efectos causados por la ocurrencia de alguno de estos riesgos, salvo que dicho reconocimiento o garantía se encuentren expresamente pactados en el Contrato

NOTA: Debe entenderse que los mecanismos contenidos en el contrato, permiten mantener las condiciones económicas y financieras existentes al momento de la presentación de la propuesta por parte del contratista y consecuentemente están diseñados para restablecer y mantener la ecuación de equilibrio contractual, en los términos señalados en la ley 80 de 1993.

8. GARANTÍAS A EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN

(Decreto 1082 de Mayo 26 de 2015 Sección 2 Subsección 1 Art. 2.2.1.1.2.1.1 Modificado por el artículo 1 del Decreto 399 del 13 de abril de 2021)

Por la naturaleza del proceso y el objeto a contratar es necesario constituir las garantías que se relacionan:

ETAPA PRECONTRACTUAL: Garantía de Seriedad de la Oferta desarrollada en el capítulo de requisitos habilitantes jurídicos.

ETAPA CONTRACTUAL: EL CONTRATISTA se obliga a constituir a favor del CONTRATANTE una garantía única de cumplimiento y una de Responsabilidad Civil Extracontractual expedida por una entidad bancaria o por una compañía de seguros legalmente establecidas en Colombia, cuya póliza matriz haya sido aprobada por la Superintendencia Financiera. Esta garantía debe amparar los siguientes riesgos:

CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO: Por una suma equivalente al 10 % del valor total del contrato, por un término igual al del plazo de ejecución del contrato y seis (6) meses más.

El amparo de cumplimiento del contrato cubrirá al CONTRATANTE de los perjuicios directos derivados del incumplimiento total o parcial de las obligaciones nacidas del contrato, así como de su cumplimiento tardío o de su cumplimiento defectuoso, cuando ellos son imputables al contratista garantizado. Además de esos riesgos, este amparo comprenderá siempre el pago del valor de las multas y de la cláusula penal pecuniaria que se hayan pactado en el contrato garantizado, en concordancia con lo dispuesto en Artículo 2.2.1.2.3.1.7. Decreto 1082 de 2015.

CALIDAD DEL SERVICIO: se constituye por el Diez por ciento (10%) del valor total del contrato, con una vigencia igual a la del plazo de ejecución del contrato y seis (06) meses más

PAGO DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES: Por una suma equivalente al cinco (5%) del valor del aporte del Municipio, con un término de duración igual al plazo de ejecución del convenio y tres (3) años más.

El CONTRATISTA deberá cumplir con los requisitos para mantener vigentes las garantías a que se refiere esta cláusula y será responsabilidad del CONTRATISTA el pago de todas las primas y demás erogaciones para constitución y mantenimiento de las pólizas mencionadas. El monto de los amparos de las garantías se repondrá por el CONTRATISTA, cada vez que el mismo se vea disminuido o agotado por razón de los siniestros correspondientes. Cuando el contrato a suscribir se adicione en valor, se suspenda, o en cualquier otro evento en que fuera necesario, el CONTRATISTA se obliga a modificar la garantía señalada en el contrato en forma tal que en todo momento se hallen ajustadas en valor y vigencia a lo pactado en el contrato. Si el CONTRATISTA, se demora o se niega a modificar la garantía, esta podrá ser modificada por la aseguradora o banco a petición del MUNICIPIO, a cuenta del CONTRATISTA, quien, con la firma del contrato, autoriza al MUNICIPIO para retener y descontar los valores respectivos de los saldos que hubiere a su favor. Aprobación de garantías. Las garantías, los certificados de modificación o anexos de las mismas, deberán someterse a la debida aprobación por parte del MUNICIPIO.

Estas garantías se deberán constituir y entregar por el contratista dentro de la fecha establecida en SECOP II o en su defecto a más tardar (03) días calendario siguiente a la firma del contrato electrónico, a favor de MUNICIPIO DE FACATATIVÁ, NIT: 899.999.328-1, para amparar el cumplimiento de la ejecución contractual.

Ver Artículo 2.2.1.2.5.5. Decreto 1082 de 2015. En los procesos de mínima cuantía la entidad es libre de exigir o no garantías.

MULTAS

(i) El Municipio podrá imponer una multa diaria equivalente a un (1) salario mínimo legal mensual vigente, por cada día de incumplimiento hasta que el contratista cumpla a satisfacción con la(s) obligación(es) a cargo, esto cuando se presente incumplimiento de cualquiera de las obligaciones del contratista establecidas en el presente documento o las relacionadas con la Garantía Única de Cumplimiento. Si el CONTRATISTA no constituyere oportunamente la Garantía Única de Cumplimiento o no renovare, prorrogare su vigencia o corrigiere las inconsistencias; y (ii) Cuando se presente incumplimiento en el pago de los salarios, Prestaciones Sociales y Parafiscales y Riesgos Profesionales, el Municipio podrá imponer una multa diaria equivalente a un (1) salario mínimo legal mensual vigente, por cada día transcurrido desde la fecha prevista para el cumplimiento de esta obligación y la fecha en que efectivamente se cumpla. Cuando la obligación incumplida sea la provisión de bienes y servicios por parte de la población en pobreza extrema, desplazados por la violencia, personas en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional, en un porcentaje mínimo de cinco por cientos (5%), se impondrá a título de sanción una multa equivalente a cinco (05) salarios mínimo legal mensual vigente. (iii). PROCEDIMIENTO PARA LA IMPOSICIÓN DE MULTAS. El procedimiento para la imposición de multas será el contenido en la Ley 1474 de 2011, conforme lo dispuesto en la Ley 1150 de 2007. El mismo se encontrará a cargo de la Secretaría Jurídica. (iv). LÍMITE A LA IMPOSICIÓN DE MULTAS. a) El valor total de las multas impuestas por el Municipio al contratista no podrá superar el veinte por ciento (20%) del valor del presente Contrato. Si el contratista llegare al tope señalado, el municipio deberá tomar las medidas que garanticen la continuidad del proyecto. (v). ACTUALIZACIÓN DE LAS MULTAS. El valor de las multas señaladas se actualizará, de acuerdo con el IPC del mes anterior al día de la ocurrencia del hecho generador de la multa hasta el mes anterior a la fecha en que la misma sea pagada en su totalidad por el contratista.

9. DE LOS ACUERDOS Y TRATADOS INTERNACIONALES:

ACUERDO COMERCIAL	ENTIDAD ESTATAL INCLUIDA	PRESUPUESTO DEL PROCESO SUPERIOR AL ACUERDO COMERCIAL	EXCEPCIÓN APLICABLE AL PROCESO	PROCESO DE CONTRATACIÓN CUBIERTO POR EL ACURDO COMERCIAL
CANADA	NO	NO	NO	NO
CHILE	SI	NO	NO	NO
ESTADOS UNIDOS	NO	NO	NO	NO
EL SALVADOR	NO	NO	NO	NO
GUATEMALA	SI	NO APLICA	NO	SI
HONDURAS	NO	NO	NO	NO
LIECHTENSTEIN	SI	NO	NO	NO
SUIZA	SI	NO	NO	NO

ALCALDÍA DE

FACATATIVÁ

MEXICO	NO	NO	NO	NO
UNIÓN EUROPEA	SI	NO	NO	NO
CAN	SI	NO APLICA	NO	SI

El proceso de contratación está cubierto por los siguientes acuerdos comerciales y por la Decisión 439 de la Secretaría de la Comunidad Andina de Naciones (CAN)

Acuerdo Comercial		Entidad Estatal incluida	Umbral	Excepción aplicable	Proceso de Contratación cubierto
Alianza Pacífico	Chile	-	-	-	-
	México	-	-	-	-
	Perú	-	-	-	-
Canadá		-	-	-	-
Chile		-	-	-	-
Corea		-	-	-	-
Costa Rica		-	-	-	-
Estados Unidos		-	-	-	-
Estados AELC		-	-	-	-
México		-	-	-	-
Triángulo Norte	El Salvador	-	-	-	-
	Guatemala	-	-	-	-
	Honduras	-	-	-	-
Unión Europea		-	-	-	-

En consecuencia, la entidad concederá trato nacional a proponentes y servicios de los Estados que cuenten con un acuerdo comercial que cubra el proceso de contratación.

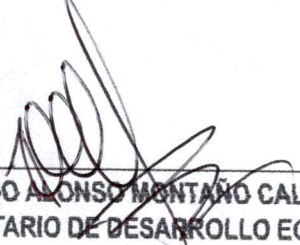
Adicionalmente, los proponentes de Estados con los cuales el Gobierno Nacional haya certificado la existencia de trato nacional por reciprocidad recibirán este trato.

RESPONSABLE:



EDITSON RICARDO CHACON ZULUAGA

JEFE OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES



RICARDO ALONSO MONTAÑO CALDERON

SECRETARIO DE DESARROLLO ECONOMICO



JUAN DAVID GONZÁLEZ CAMACHO
SECRETARIO DE MOVILIDAD, TRÁNSITO Y TRANSPORTE

Proyectó : ERIKA MELISSA DIAZ GARCIA – Contratista OAPC

