ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS

DEPENDENCIA QUE PROYECTA	Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad.
FECHA	Septiembre de 2026
A QUIEN SE DIRIGE	Despacho del Gobernador

En desarrollo de lo previsto en los numerales 7 y 12 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993 por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, la Ley 1150 de 2007, el Decreto 1082 de 2015 y demás normas aplicables, así como los lineamientos establecidos en el Manual de Modalidad de Selección de Mínima Cuantía expedido por Colombia Compra Eficiente, se presenta el siguiente ESTUDIO PREVIO, requerido para la presente contratación.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE SATISFACER CON LA CONTRATACIÓN

De conformidad con la Ley 2200 de 2022 por la cual se dictan normas tendientes, a modernizar la organización y funcionamiento de los Departamentos, los Departamentos son personas jurídicas de derecho público, actúan bajo el principio de autonomía dentro de los límites legales y constitucionales, administran recursos propios y las otras fuentes de recursos transferidas a los mismos, para la administración de los asuntos seccionales, la planificación, promoción, coordinación del desarrollo económico, ambiental y social en los asuntos seccionales. Son instrumentos de complementariedad de acción municipal y enlace de las actividades y servicios que prestan los municipios. Se gobiernan por autoridades propias y ejercen sus competencias que les correspondan.

En concordancia con lo ante dicho, según lo dispuesto en el artículo 298 de la Constitución Política, los Departamentos como entidades territoriales, tienen:

> *"**Artículo 298.** Los departamentos tienen autonomía para la administración de los asuntos seccionales y la planificación y promoción del desarrollo económico y social dentro de su territorio en los términos establecidos por la Constitución. Los departamentos ejercen funciones administrativas, de coordinación, de complementariedad de la acción municipal, de intermediación entre la Nación y los Municipios y de prestación de los servicios que determinen la Constitución y las leyes. La ley reglamentará lo relacionado con el ejercicio de las atribuciones que la Constitución les otorga".*

A su vez, corresponde a las Autoridades Territoriales, por disposición Constitucional, contemplado en el numeral 6 del Artículo 305 de la C.P., lo siguiente:

"... ARTÍCULO 305. Son atribuciones del gobernador:
6. Fomentar de acuerdo con los planes y programas generales, las empresas, industrias y actividades convenientes al desarrollo cultural, social y económico del departamento que no correspondan a la Nación y a los municipios..." (Subrayo fuera de texto)

De igual forma, el artículo 333 ibídem señala que el Estado, entre otros, fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. Además, dispone que la actividad económica y la iniciativa privada son libres dentro de los límites del bien común. *(Subrayo fuera de texto)*

El artículo 334 Ibídem establece a cargo del Estado la dirección general de la economía del país, con la facultad de intervenir para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar, de manera progresiva, que todas las personas, en particular las de menores ingresos, tengan acceso efectivo al conjunto de todos los bienes y servicios básicos.

Dentro de la estructura administrativa del Departamento del Cauca se encuentra la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad, que tiene entre su misión promover y respaldar los planes, programas y proyectos de fomento empresarial y productivo, con lo que se busca aprovechar la oferta institucional mediante la activación de mecanismos y alianzas con sectores públicos y privados, tanto a nivel nacional como internacional. Para lograr este cometido, es esencial generar inversiones que garanticen la disponibilidad de los recursos necesarios, permitiendo así la ejecución eficiente de las estrategias previamente definidas.

En este sentido con la aprobación del Plan de Desarrollo Departamental del Cauca para el periodo 2024-2027 "La Fuerza del Pueblo", aprobado mediante Ordenanza No. 023 del 12 de junio de 2024, el cual tiene como propósito consolidar el departamento como un territorio reconocido por el desarrollo de sus cadenas productivas con pertinencia e innovación para mejorar la generación de ingresos de todas las comunidades caucanas, a través de una nueva gobernanza, centrada en la transformación del departamento bajo los valores de la dignidad como forma de vida, el desarrollo con equidad social sin distingo y el cuidado del ambiente y sus recursos. En este sentido, el mismo se desarrollará a través de las siguientes líneas estratégicas:

1. Oportunidad para soñar
2. Cauca Productivo y sostenible
3. Competitividad para el crecimiento económico y desarrollo social
4. Juntanza para proteger la vida
5. Buen Gobierno y Gestión Institucional

Estas cinco líneas de acción son consideradas estratégicas para el empoderamiento de las comunidades y la generación de valor público como base de una nueva Gobernanza centrada en las personas, las comunidades y los territorios como agentes transformadores de la realidad social, política, económica y cultural de nuestro departamento del Cauca.

Le Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad, dentro de sus facultades y competencias, tiene como misionalidad el desarrollo de los siguientes componentes: Ciencia, tecnología e innovación; el fomento económico, la competitividad, el turismo y la minería. En especial de acuerdo con el Decreto Departamental 1020 del 24 de junio de 2015, promover y respaldar la Comisión Regional de **Competitividad e Innovación (CRCI), las** cuales son las instancias encargadas de la coordinación y articulación de las distintas instancias a nivel departamental y subregional que desarrollen actividades dirigidas a fortalecer la competitividad e innovación en los departamentos.

Es así como el Departamento del Cauca, mediante Decreto Departamental No. 1652 de 2024, acoge el nuevo esquema y redefine la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Cauca, en cuanto a su organización y funcionamiento a fin de atemperar a las disposiciones normativas nacionales. Entre las consideraciones que se establecieron en la disposición normativa se definió en la composición de la instancia, artículo 2° y 3°, que la Gobernación del Cauca realizará la presidencia de la misma, otorgándole una serie de funciones y competencias a su representación directa en cabeza de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad, por otro lado el artículo 14°

estableció un pacto por la sostenibilidad de la instancia permitiendo que las entidades que hacen parte de la Comisión acuerden de conformidad con las normas legales aportes de talento humano, recursos financieros, administrativos y logísticos con el fin de garantizar el cumplimiento de las funciones, obligaciones y competencias de la CRCI.

En este sentido, con la aprobación del Plan de Desarrollo Departamental del Cauca para el periodo 2024-2027 "La Fuerza del Pueblo", aprobado mediante Ordenanza No. 023 del 12 de junio de 2024, el cual tiene como propósito consolidar el departamento como un territorio reconocido por el desarrollo de sus cadenas productivas con pertinencia e innovación para mejorar la generación de ingresos de todas las comunidades caucanas, se consideró la línea estrategia "Competitividad para el crecimiento económico y desarrollo social" que tiene como finalidad potenciar el ambiente de producción en el que se llevarán a cabo las operaciones empresariales del Cauca, en áreas como agroindustria, infraestructura, servicios públicos, conectividad, entre otros. De igual manera, busca el fortalecimiento institucional y operativo de la Comisión Regional de Competitividad e Innovación, consolidar la gobernanza del ecosistema regional de competitividad, apoyar la actualización de la Agenda Departamental de Competitividad e Innovación (ADCI) y promover la participación de actores públicos, privados y académicos en la definición de estrategias para el desarrollo productivo regional.

En concordancia a este contexto, la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad, tiene a su cargo, el desarrollo del programa **3502: "Productividad y competitividad de las empresas colombianas",** mediante la implementación de planes de acción a través del proyecto **"FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES TERRITORIALES PARA LA GOBERNANZA Y LA COMPETITIVIDAD EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA",** con BPIN 202500000044910 y viabilidad del 09 de diciembre de 2025 emitido por la Oficina Asesora de Planeación. Así mismo, el proyecto cuenta con concepto de viabilidad del Ajuste N.° 1, de fecha 05 de mayo de 2026, concepto de viabilidad del Ajuste N.° 2, de fecha 26 de junio de 2026 y concepto de viabilidad del Ajuste N.° 3, de fecha 16 de septiembre de 2026.

En desarrollo de este proyecto se definió el **Objetivo Específico 3: "*Mejorar la articulación interinstitucional con actores claves del sistema territorial de competitividad e innovación del Cauca*"**, dentro del cual se incluyó la Actividad 3.2. **"Impulsar la gestión para la atracción de inversión extranjera de la CRCI"** y, en el marco de esta, la Subactividad 3.2.1 dentro del cual se incluyó la ***Subactividad 3.2.1 Implementar jornadas de capacitación y transferencia de conocimientos con participación de empresarios referentes.",*** orientada al fortalecimiento de capacidades empresariales mediante el desarrollo de espacios de formación, intercambio de experiencias y transferencia de conocimientos, con la participación de empresarios referentes de los sectores priorizados, quienes compartirán prácticas y aprendizajes derivados de su experiencia empresarial, articulados mediante la orientación y facilitación técnica del profesional experto encargado de la capacitación.

En este contexto, la ejecución de la Subactividad 3.2.1 requiere desarrollar una intervención orientada al fortalecimiento de las capacidades comerciales de empresarios del departamento del Cauca, mediante una capacitación en planeación de mercados y ventas con apoyo de herramientas de inteligencia artificial, dirigida a empresas pertenecientes a los sectores de café y agroindustria, TIC y servicios, y moda y confecciones. De acuerdo con el alcance definido, la capacitación estará dirigida a treinta (30) empresarios y tendrá una duración aproximada de diez (10) semanas.

El fortalecimiento de las capacidades en planeación de mercados y ventas constituye un componente relevante para mejorar la gestión comercial de las empresas participantes, en tanto permite incorporar herramientas para analizar el entorno y la industria, identificar y segmentar mercados, definir mercados objetivo, comprender las características de los clientes, formular propuestas de valor y estructurar estrategias de mercadeo y ventas acordes con las particularidades de cada actividad económica. En este sentido, la capacitación responde a la necesidad de brindar a los empresarios herramientas prácticas que les permitan avanzar de manera estructurada en la toma de decisiones relacionadas con sus mercados y procesos comerciales.

Esta necesidad adquiere especial relevancia teniendo en cuenta la diversidad de los sectores priorizados. Las empresas de café y agroindustria, TIC y servicios, y moda y confecciones presentan características diferenciadas en cuanto a clientes, mercados, propuestas de valor, procesos de comercialización y canales de venta. Por esta razón, el proceso formativo requiere incorporar un enfoque de pertinencia sectorial, mediante contenidos, ejemplos, ejercicios y espacios de trabajo adaptados a las características de los tres sectores participantes. La metodología prevista contempla la conformación de mesas sectoriales, de manera que el intercambio de experiencias y la aplicación de los conocimientos partan de realidades empresariales afines.

A su vez, la transformación de los entornos comerciales y la disponibilidad creciente de herramientas digitales generan oportunidades para complementar los procesos empresariales de planeación y gestión comercial. En este marco, la capacitación incorpora el uso básico de herramientas de inteligencia artificial como apoyo práctico para el mercadeo y las ventas, especialmente para organizar ideas de segmentación y propuestas de valor, elaborar versiones preliminares de objetivos y estrategias y apoyar la construcción de argumentos comerciales y presentaciones de venta, manteniendo en todo momento el criterio del empresario sobre las características y necesidades particulares de su negocio.

De igual manera, la Subactividad 3.2.1 contempla que el experto contratado tendrá a su cargo la estructuración de los contenidos, la orientación metodológica y la facilitación general de las jornadas, articulando las experiencias compartidas con las herramientas y conceptos desarrollados durante la capacitación. El alcance del servicio corresponde a un proceso de capacitación y transferencia de conocimientos y no implica la prestación de consultoría individualizada para cada una de las treinta (30) empresas participantes.

Por lo anterior, se ha identificado como necesidad prioritaria la contratación de servicios de capacitación en planeación de mercados y ventas con apoyo de herramientas de inteligencia artificial para empresas de café y agroindustria, TIC y servicios, y moda y confecciones del Cauca, con el propósito de implementar las jornadas de capacitación y transferencia de conocimientos previstas en la Subactividad 3.2.1 y fortalecer las capacidades de los empresarios participantes para analizar sus mercados, estructurar estrategias de mercadeo y ventas, formular propuestas de valor y aplicar herramientas prácticas a la gestión comercial de sus empresas.

Bajo esta perspectiva y de conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.1.2.1.5.1 y siguientes del Decreto 1082 de 2015, los fines de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad del Departamento del Cauca y en cumplimiento de las metas propuestas en el proyecto "FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES TERRITORIALES PARA LA GOBERNANZA Y LA COMPETITIVIDAD EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA", BPIN 202500000044910, se realiza el presente estudio previo, mediante el cual se justifica la contratación de los servicios de capacitación

en planeación de mercados y ventas con apoyo de herramientas de inteligencia artificial para empresas de café y agroindustria, TIC y servicios, y moda y confecciones del Cauca, para desarrollar la Subactividad 3.2.1. "Implementar jornadas de capacitación y transferencia de conocimientos con participación de empresarios referentes".

La presente contratación se encuentra prevista en el Plan Anual de adquisiciones de la entidad en la presente vigencia fiscal razón por la cual se vinculará el presente proceso al PAA en la plataforma del SECOP II.

2. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO A CONTRATAR

EL CONTRATISTA SE OBLIGA CON EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA - SDEC, A BRINDAR CAPACITACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS EN PLANEACIÓN DE MERCADOS Y VENTAS CON APOYO DE IA PARA EMPRESAS DE CAFÉ Y AGROINDUSTRIA, TIC Y SERVICIOS, Y MODA Y CONFECCIONES DEL CAUCA EN EL MARCO DEL PROYECTO "FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES TERRITORIALES PARA LA GOBERNANZA Y LA COMPETITIVIDAD EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA"

2.1. IDENTIFICACIÓN EN EL CUARTO NIVEL DEL CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS (CÓDIGO UNSPSC).

De conformidad con el Clasificador de Bienes y Servicios de las Naciones Unidas, UNSPSC, acogido por nuestra legislación colombiana y el Decreto 1082 de 2015, los bienes o servicios que se pretenden contratar se clasifican así:

ITEM	CODIGO UNSPSC	DESCRIPCIÓN
1	80111600	SERVICIOS DE PERSONAL TEMPORAL
2	86101705	CAPACITACIÓN ADMINISTRATIVA

Fuente: Elaboración propia con datos del Clasificador de Bienes y Servicios – Colombia Compra Eficiente.

Nota: La Entidad se permite aclarar que la clasificación del proponente no es un requisito habilitante sino un mecanismo para establecer un lenguaje común entre los partícipes del Sistema de Compras y Contratación Públicas.

2.2. CONDICIONES TÉCNICAS EXIGIDAS

Para el desarrollo del objeto previsto, el proponente deberá observar el detalle, descripción del objeto, sus características y condiciones que a continuación se detallan:

<table>
<tr><th colspan="5">CAPACITACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS CON PARTICIPACIÓN DE EMPRESARIOS REFERENTES</th></tr>
<tr><th>ÍTEM</th><th colspan="3">DESCRIPCIÓN GENERAL</th><th>CANTIDAD</th></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="3">Se requiere la contratación de los servicios de capacitación en planeación de mercados y ventas con apoyo de IA para empresas de café y agroindustria, TIC y servicios, y moda y confecciones del Cauca, para orientar, facilitar y dar recomendaciones generales y sectoriales.

La capacitación se desarrollará en aproximadamente diez (10) semanas, e incluirá:
• Dos (2) webinars Virtuales de 4 horas cada uno (8 horas en total).
• Dos (2) encuentros presenciales de 8 horas cada uno (16 horas en total).
Total: 24 horas de trabajo sincrónico, más el tiempo autónomo de los empresarios para construir sus planes de mercadeo.

Objetivo: Al finalizar el proceso de capacitación, cada uno de los 30 empresarios capacitados cuente con un plan de mercadeo estructurado, adaptado a su sector, sobre el cual el experto habrá brindado orientaciones generales y recomendaciones, sin que ello implique consultoría individualizada en profundidad.

PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO:
Profesional en áreas administrativas o económicas o ingenierías con posgrado en áreas de mercadeo o gerencia o proyectos. Experiencia de 3 años de asesoría empresarial y/o acompañamiento y facilitación con grupos empresariales.</td><td>1</td></tr>
<tr><td>

FASE	ROL DEL EXPERTO Y RESULTADOS ESPERADOS	DESCRIPCIÓN Y ENFOQUE POR SECTOR	ENTREGABLES DEL CAPACITADOR
Fase 0: Diseño y articulación con empresarios referentes	Ajuste del plan de trabajo, cronograma y esquema de participación de empresarios referentes. Resultados esperados: Documento de plan de trabajo validado	Reunión de coordinación con la Secretaría y el equipo para ajustar contenidos al perfil de los 3 sectores: café y agroindustria, TIC y servicios, moda y confecciones. Definición de la dinámica con empresarios referentes (al menos 3 por sector)	• Plan de trabajo y cronograma detallado de la capacitación (10 semanas, 2 webinars y 2 encuentros presenciales) validado con la Secretaría. • Programa de contenidos por fase, con objetivos, temáticas y resultados de aprendizaje esperados. • Material pedagógico digital: presentaciones, plantillas y guías de trabajo descargables
		Duración y modalidad Reunión virtual de 1–2 horas (no incluida en las 24 horas de formación)	
Fase 1. Webinar 1 – Planeación de mercados por sector	El experto desarrolla la sesión, orienta ejercicios breves y deja una plantilla base de plan de mercadeo que cada empresario utilizará. Resultados esperados: Plantilla digital entregada a	sesión virtual inicial para los 30 empresarios. Contenidos: conceptos básicos de planeación de mercados, segmentación y mercado objetivo, análisis del entorno y de la industria, estructura de un plan de mercadeo. Se trabajarán ejemplos diferenciados para: (a) café y agroindustria, (b) TIC y	

</td><td></td></tr>
</table>

		los 30 participantes y tarea de avance del plan.	servicios, (c) moda y confecciones. Introducción a uso sencillo de IA (ej. asistentes de texto) para formular propuestas de valor, segmentaciones y descripciones de cliente.	para los webinars y encuentros. • Guía corta de IA para mercadeo y ventas: toolbox con prompts y ejemplos sencillos para apoyar la redacción de contenidos de mercadeo y argumentos comerciales. • Registro de asistencia de los 30 empresarios a webinars y encuentros presenciales. • Informe técnico final, que incluirá resumen del desarrollo de la capacitación, síntesis de participación y resultados, principales aprendizajes y recomendaciones para la implementación y seguimiento de los planes de mercadeo.	
			Duración y modalidad: 4 horas – Virtual sincrónico		
	Fase 2: Encuentro presencial 1 – Diálogo con empresarios referentes y estructuración de planes	El experto lidera la facilitación general, conecta conceptos del webinar con las experiencias de los empresarios referentes y acompaña la construcción inicial de los planes. Resultados esperados: Borrador estructurado de plan de mercadeo por empresa (secciones mínimas definidas)	Participan los 30 empresarios divididos en tres mesas sectoriales (café y agroindustria, TIC y servicios, moda y confecciones) junto con empresarios referentes. Mañana: exposición de los empresarios referentes sobre buenas prácticas de mercadeo en sus sectores y diálogo con los participantes. Tarde: taller facilitado por el experto para que cada empresario avance en la estructura de su plan de mercadeo, con apoyo de empresarios referentes y uso básico de IA (por ejemplo, para redactar objetivos y bocetos de estrategias).		
			Duración y modalidad 8 horas – Presencial		
	Fase 3: Webinar 2 – Introducción a ventas y revisión general de avances	El experto conduce la sesión, presenta criterios de ventas y comparte ejemplos sectoriales. Resultados esperados: Lista de recomendaciones generales para ajustar los planes y una guía corta para preparar el pitch de mercadeo y ventas.	Sesión virtual para los 30 empresarios. Contenidos: principios de ventas consultivas, propuesta de valor en la venta, canales de venta según sector, lineamientos para presentación comercial del plan de mercadeo. Revisión general (no individual) de los avances de los planes, identificando fortalezas y aspectos por ajustar. Se muestra cómo utilizar IA para mejorar argumentarios de venta, correos comerciales y presentaciones		

			Duración y modalidad: 4 horas – Virtual sincrónico.		
	Fase 4: Encuentro presencial 2 – Presentación de planes y cierre comercial	Rol del experto y resultados esperados: El experto modera las presentaciones, da recomendaciones finales y sintetiza aprendizajes comunes. Resultados esperados: Planes de mercadeo presentados, retroalimentación general por sector y orientaciones para la implementación.	Segundo encuentro presencial con los 30 empresarios organizados por sector (café y agroindustria, TIC y servicios, moda y confecciones). Cada empresa presenta su plan de mercadeo en formato de pitch ante los empresarios referentes y el experto. Los empresarios referentes ofrecen retroalimentación desde la práctica empresarial y el experto complementa desde la planeación de mercado y ventas. Se refuerzan aspectos clave de ventas y se discute cómo implementar los planes		
			Duración y modalidad: 8 horas – Presencial.		

METODOLOGÍA

La metodología de la capacitación se basa en tres principios: pertinencia sectorial, aprendizaje entre pares y aplicación y práctica.

• Pertinencia sectorial: Todos los contenidos y ejemplos se adaptan a los tres sectores participantes: café y agroindustria, TIC y servicios, moda y confecciones. En los encuentros presenciales se organizarán mesas sectoriales, de modo que los diálogos con los empresarios referentes partan de realidades similares.

• Aprendizaje entre pares y rol de los empresarios referentes: Los empresarios referentes comparten prácticas reales de mercadeo y ventas, mostrando cómo aplican los conceptos en sus negocios. El experto articula estas intervenciones, resalta los elementos clave y los conecta con la estructura formal de un plan de mercadeo.

• Aplicación práctica y uso básico de IA: Cada sesión incluye momentos de trabajo sobre el plan de mercadeo propio de cada empresa. Se incorpora el uso sencillo de herramientas de IA para organizar ideas de segmentación y propuesta de valor, redactar versiones preliminares de objetivos y estrategias, y elaborar bocetos de argumentos comerciales y pitches de ventas. La IA se usa como apoyo práctico, manteniendo el criterio del empresario sobre su negocio.

Antes de iniciar, se realizará una reunión de coordinación con la Secretaría para definir fechas exactas, plataforma para webinars y logística de los encuentros presenciales. Se llevará registro de asistencia en cada actividad y al finalizar cada sesión se recogerá una breve percepción de los participantes sobre la utilidad de la misma.

El experto no elabora planes de mercadeo individuales; su rol es orientar, facilitar y dar recomendaciones generales y sectoriales para que sea cada empresario quien construya y ajuste su propio plan.

NOTA 1: La plataforma para los webinars y los aspectos relacionados con el lugar y logística de los encuentros presenciales serán definidos previamente con la Secretaría de Desarrollo económico y Competitividad.

NOTA 2: En la ejecución del contrato, el contratista debe tener en cuenta la metodología contenida en la ficha técnica, así como la descrita en el respectivo proyecto de inversión.

2.3 ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA

Durante la ejecución del contrato, el contratista de conformidad con las especificaciones técnicas se obliga a desarrollar las siguientes actividades específicas:

1. Cumplir con el objeto del contrato, en los términos pactados en la carta de aceptación y de conformidad con la propuesta presentada, entregando los elementos requeridos conforme a las especificaciones técnicas establecidas.
2. El contratista deberá entregar al supervisor para su aprobación un plan de trabajo y cronograma detallado de la capacitación (10 semanas, 2 webinars y 2 encuentros presenciales) antes del inicio de estas.
3. El contratista deberá entregar el programa de contenidos por fase, con objetivos, temáticas, resultados de aprendizaje esperados y el material pedagógico digital con el cual desarrollará la capacitación (presentaciones, plantillas y guías de trabajo descargables para los webinars y encuentros).
4. El contratista deberá entregar una guía corta de IA para mercadeo y ventas, la cual incluya toolbox con prompts y ejemplos sencillos para apoyar la redacción de contenidos de mercadeo y argumentos comerciales.
5. El contratista deberá entregar los Registro de asistencia de los empresarios de cada una de las webinars y encuentros presenciales
6. El contratista deberá realizar y entregar Informe técnico final en el cual debe incluirse un resumen del desarrollo de la capacitación, síntesis de participación y resultados, principales aprendizajes y recomendaciones para la implementación y seguimiento de los planes de mercadeo.
7. El contratista deberá acatar las instrucciones que durante el desarrollo del contrato imparta el Departamento por conducto del funcionario designado para su supervisión.
8. Las demás actividades que estén dentro de la órbita del objeto contractual.

2.4 ANÁLISIS DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD - ART. 2.2.1.2.4.2.16 DEL DECRETO 1082 DE 2015 Y ART. 2.2.1.2.4.2.7.5. DEL DECRETO 0287 DE 2026.

Atendiendo lo establecido en el numeral 2 y siguientes del presente estudio previo, ello es el objeto, obligaciones específicas, condiciones técnicas y el lugar de ejecución, la Entidad procede a realizar el análisis de conveniencia y oportunidad exigido por la normativa vigente, con el fin de determinar la pertinencia de incorporar: (i) la exigencia de provisión de bienes o servicios en un cinco por ciento (5%) por parte de población en pobreza extrema, desplazada, en proceso de reintegración o reincorporación y sujetos de especial protección constitucional; y (ii) al menos una condición especial de ejecución en favor de personas con discapacidad, conforme al artículo 2.2.1.2.4.2.7.5 del Decreto 1082 de 2015, adicionado por el Decreto 0287 de 2026.

Si bien la Ley 1955 de 2019 y el Decreto 1082 de 2015 promueven la inclusión de sujetos de especial protección constitucional en la contratación estatal, dicha inclusión no opera de manera absoluta ni automática. Conforme a los principios de razonabilidad, proporcionalidad y eficacia que rigen la función administrativa (artículo 209 de la Constitución Política y artículo 3 de la Ley 1437 de 2011),

las cargas impuestas a los proponentes deben guardar una relación directa, razonable y proporcional con el objeto a contratar, de manera que no se conviertan en barreras de acceso que limiten la libre concurrencia.

En el presente caso, existen circunstancias propias del proceso que hacen inviable la aplicación de la normativa, en primer lugar, por la naturaleza del objeto contractual, toda vez que consiste en la prestación de servicios de capacitación, una actividad eminentemente intelectual, técnica y especializada. Este tipo de obligaciones se clasifican como de carácter intuito personae, lo que significa que la ejecución del contrato depende de manera directa, exclusiva y estricta de las calidades profesionales, la experiencia específica y la idoneidad académica y la trayectoria del experto seleccionado.

En otras palabras, el equipo de trabajo requerido para este tipo de contratos es cerrado, unitario o de escala mínima. Por ende, no existe una cadena de producción, suministro, ni un despliegue de mano de obra operativa o administrativa donde sea técnica y materialmente viable segregar o subcontratar un porcentaje del 5% de la ejecución para personal operativo por parte de población en pobreza extrema, desplazados, reincorporados o sujetos de especial protección. Exigir un porcentaje de vinculación en un equipo que, por su naturaleza técnica, no es divisible, desnaturaliza el objeto contractual y haría inviable la ejecución del servicio.

Así las cosas, si bien la Ley 1955 de 2019, el Decreto 1082 de 2015 y el Decreto 0287 de 2026 buscan promover la inclusión de sujetos de especial protección constitucional y de emprendimientos de personas con discapacidad, estas normas deben interpretarse bajo los principios de razonabilidad, proporcionalidad y eficacia (Artículo 209 de la Constitución Política y Articulo 3 de la Ley 1437 de 2011).

Por consiguiente, la entidad contratante determina que no es pertinente ni técnicamente viable aplicar la exigencia del 5% de provisión de bienes o servicios por parte de población en pobreza extrema, desplazados, reincorporados o sujetos de especial protección, así como tampoco la incorporación de condiciones especiales de discapacidad en el equipo de trabajo para este proceso.

2.5 OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA

Son obligaciones generales del contratista:

1. Cumplir con el objeto contractual durante el plazo de ejecución del contrato, en la forma establecida en las cláusulas del contrato que se suscribió.
2. Presentar la respectiva factura acorde con la propuesta económica presentada en la invitación pública e informe de ejecución del contrato.
3. Cumplir las normas legales vigentes, en especial lo dispuesto en las leyes 789 de 2002, 797 de 2003, 1122 de 2007 y 1150 de 2007 en lo referente al pago de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral (salud-pensión - riesgos laborales – Sena – Instituto Colombiano de Bienestar Familiar – Caja de Compensación Familiar) y en especial el decreto 723 de 2013 que regula la afiliación al Sistema General de Riesgos Laborales de las personas vinculadas a través de un contrato de prestación de servicios con entidades públicas.
4. El contratista deberá constituir a favor de la Gobernación del Departamento del Cauca las garantías pactadas en el contrato.
5. Mantener absoluta reserva de la información que conozca por causa y por ocasión del

contrato.

6. Atender los requerimientos, sugerencias y recomendaciones que realice la Entidad a través del supervisor del contrato para el buen cumplimiento del objeto contractual.
7. Informar oportunamente al supervisor del contrato, de cualquier situación o circunstancia que pueda afectar la correcta ejecución del mismo.
8. Asumir el pago de salarios, prestaciones e indemnizaciones de carácter laboral del personal que contrate para la ejecución del contrato, lo mismo que el pago de honorarios, los impuestos, gravámenes, aportes y servicios de cualquier género que establezcan las leyes colombianas y demás erogaciones necesarias para la ejecución del contrato. Es entendido que todos estos gastos han sido estimados por el contratista al momento de la presentación de la carta de presentación de la propuesta.
9. Velar porque el Departamento del Cauca, se mantenga indemne de cualquier reclamación de terceras personas, subcontratistas, proveedores y demás servicios que de forma indirecta hayan sido requeridas para la ejecución del contrato.
10. Solventar a su costa las reclamaciones que en su caso le resulten por daños o perjuicios a propiedades o terceras personas derivadas de la ejecución del contrato por acciones u omisiones imputables al contratista, sus dependientes, subordinados o subcontratistas.
11. El contratista deberá presentar los documentos requeridos para la legalización del contrato y los demás que sean requeridos por el supervisor.

2.6 OBLIGACIONES DEL DEPARTAMENTO

1. Pagar al contratista el servicio efectivamente prestado.
2. Ejercer la supervisión del contrato.
3. Brindar la información y el acompañamiento necesaria al contratista para la correcta ejecución del contrato.

3. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución del contrato será desde la suscripción del acta de inicio hasta el treinta y un (31) de diciembre del 2026, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

4. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR.

Tipología del contrato: Contrato de prestación de servicios.

5. PRESUPUESTO OFICIAL / DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL

El presupuesto oficial total para el presente proceso se estima en la suma de DIEZ MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS MCTE **($10.500.000)**, incluido IVA, además los costos directos e indirectos en los que pueda incurrir el futuro contratista en la ejecución del contrato, teniendo en cuenta que es el presupuesto estimado para la presente vigencia, es decir lo que se estima consumir.

El valor fue determinado de conformidad con el estudio de mercado elaborado por la entidad mediante la comparación de tres (3) cotizaciones de proveedores de la región, adoptando como precios de mercado el promedio de los valores totales respectivamente, tal como se detalla en el siguiente cuadro:

<table>
<tr><th colspan="8">CAPACITACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS CON PARTICIPACIÓN DE EMPRESARIOS REFERENTES</th></tr>
<tr><th>ÍTEM</th><th colspan="4">DESCRIPCIÓN GENERAL</th><th>CANTIDAD</th><th>VALOR PROYECTO</th><th>ANDRÉS FERNANDO MAYA SANTACRUZ COTIZACIÓN 1</th><th>SANDRA PATRICA REBOLLEDO ACOSTA COTIZACIÓN 2</th><th>WILFRED FABIÁN RIVERA MARTÍNEZ COTIZACIÓN 3</th><th>PROMEDIO</th></tr>
<tr><td rowspan="4">1</td><td colspan="4">Se requiere la contratación de los servicios de capacitación en planeación de mercados y ventas con apoyo de IA para empresas de café y agroindustria, TIC y servicios, y moda y confecciones del Cauca, para orientar, facilitar y dar recomendaciones generales y sectoriales.
La capacitación se desarrollará en aproximadamente diez (10) semanas, e incluirá:
• Dos (2) webinars Virtuales de 4 horas cada uno (8 horas en total).
• Dos (2) encuentros presenciales de 8 horas cada uno (16 horas en total).
Total: 24 horas de trabajo sincrónico, más el tiempo autónomo de los empresarios para construir sus planes de mercadeo.
Objetivo: Al finalizar el proceso de capacitación, cada uno de los 30 empresarios capacitados cuente con un plan de mercadeo estructurado, adaptado a su sector, sobre el cual el experto habrá brindado orientaciones generales y recomendaciones, sin que ello implique consultoría individualizada en profundidad.</td><td rowspan="4"></td><td rowspan="4">$10.500.000</td><td rowspan="4">$9.500.000</td><td rowspan="4">$10.000.000</td><td rowspan="4">$12.000.000</td><td rowspan="4">$10.500.000</td></tr>
<tr><td colspan="4">PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO:
Profesional en áreas administrativas o económicas o ingenierías con posgrado en áreas de mercadeo o gerencia o proyectos. Experiencia de 3 años de asesoría empresarial y/o acompañamiento y facilitación con grupos empresariales.</td></tr>
<tr><td>FASE</td><td>ROL DEL EXPERTO Y RESULTADOS ESPERADOS</td><td>DESCRIPCIÓN Y ENFOQUE POR SECTOR</td><td>ENTREGABLES DEL CAPACITADOR</td></tr>
<tr><td>Fase 0:
Diseño y articulación con empresarios referentes</td><td>Ajuste del plan de trabajo, cronograma y esquema de participación de empresarios referentes.
Resultados esperados: Documento de plan de trabajo validado</td><td>Reunión de coordinación con la Secretaría y el equipo para ajustar contenidos al perfil de los 3 sectores: café y agroindustria, TIC y servicios, moda y confecciones. Definición de la dinámica con empresarios referentes (al menos 3 por sector)
Duración y modalidad Reunión virtual de 1–2 horas (no incluida en las 24 horas de formación)</td><td>• Plan de trabajo y cronograma detallado de la capacitación (10 semanas, 2 webinars y 2 encuentros presenciales) validado con la Secretaría.
• Programa de contenidos por fase, con objetivos, temáticas y resultados de aprendizaje esperados.
• Material pedagógico digital: presentaciones, plantillas y guías de trabajo descargables para los webinars y encuentros.</td></tr>
<tr><td>Fase 1. Webinar 1 – Planeación de mercados por sector</td><td>El experto desarrolla la sesión, orienta ejercicios breves y deja una plantilla base de plan de mercadeo que cada empresario utilizará.
Resultados esperados: Plantilla digital entregada a los 30 participantes y tarea de avance del plan.</td><td>Sesión virtual inicial para los 30 empresarios.
Contenidos: conceptos básicos de planeación de mercados, segmentación y mercado objetivo, análisis del entorno y de la industria, estructura de un plan de mercadeo. Se trabajarán ejemplos diferenciados para: (a) café y agroindustria, (b) TIC y servicios, (c) moda y confecciones.
Introducción a uso sencillo de IA (ej. asistentes de texto) para formular propuestas de valor, segmentaciones y descripciones de cliente .
Duración y modalidad: 4 horas – Virtual sincrónico</td></tr>
</table>

	Fase 2: Encuentro presencial 1 – Diálogo con empresarios referentes y estructuración de planes	El experto lidera la facilitación general, conecta conceptos del webinar con las experiencias de los empresarios referentes y acompaña la construcción inicial de los planes. Resultados esperados: Borrador estructurado de plan de mercadeo por empresa (secciones mínimas definidas)	Participan los 30 empresarios divididos en tres mesas sectoriales (café y agroindustria, TIC y servicios, moda y confecciones) junto con empresarios referentes. Mañana: exposición de los empresarios referentes sobre buenas prácticas de mercadeo en sus sectores y diálogo con los participantes. Tarde: taller facilitado por el experto para que cada empresario avance en la estructura de su plan de mercadeo, con apoyo de empresarios referentes y uso básico de IA (por ejemplo, para redactar objetivos y bocetos de estrategias). Duración y modalidad 8 horas – Presencial	• Guía corta de IA para mercadeo y ventas: toolbox con prompts y ejemplos sencillos para apoyar la redacción de contenidos de mercadeo y argumentos comerciales. • Registro de asistencia de los 30 empresarios a webinars y encuentros presenciales. • Informe técnico final, que incluirá resumen del desarrollo de la capacitación, síntesis de participación y resultados, principales aprendizajes y recomendaciones para la implementación y seguimiento de los planes de mercadeo.					
	Fase 3: Webinar 2 – Introducción a ventas y revisión general de avances	El experto conduce la sesión, presenta criterios de ventas y comparte ejemplos sectoriales. Resultados esperados: Lista de recomendaciones generales para ajustar los planes y una guía corta para preparar el pitch de mercadeo y ventas.	Sesión virtual para los 30 empresarios. Contenidos: principios de ventas consultivas, propuesta de valor en la venta, canales de venta según sector, lineamientos para presentación comercial del plan de mercadeo. Revisión general (no individual) de los avances de los planes, identificando fortalezas y aspectos por ajustar. Se muestra cómo utilizar IA para mejorar argumentarios de venta, correos comerciales y presentaciones. Duración y modalidad: 4 horas – Virtual sincrónico.							
	Fase 4: Encuentro presencial 2 – Presentación de planes y cierre comercial	Rol del experto y resultados esperados: El experto modera las presentaciones, da recomendaciones finales y sintetiza aprendizajes comunes. Resultados esperados: Planes de mercadeo presentados, retroalimentación general por sector y orientaciones para la implementación.	Segundo encuentro presencial con los 30 empresarios organizados por sector (café y agroindustria, TIC y servicios, moda y confecciones). Cada empresa presenta su plan de mercadeo en formato de pitch ante los empresarios referentes y el experto. Los empresarios referentes ofrecen retroalimentación desde la práctica empresarial y el experto complementa desde la planeación de mercado y ventas. Se refuerzan aspectos clave de ventas y se discute cómo implementar los planes . Duración y modalidad: 8 horas – Presencial.							
	METODOLOGÍA									

	La metodología de la capacitación se basa en tres principios: pertinencia sectorial, aprendizaje entre pares y aplicación y práctica. • **Pertinencia sectorial**: Todos los contenidos y ejemplos se adaptan a los tres sectores participantes: café y agroindustria, TIC y servicios, moda y confecciones. En los encuentros presenciales se organizarán mesas sectoriales, de modo que los diálogos con los empresarios referentes partan de realidades similares. • **Aprendizaje entre pares y rol de los empresarios referentes**: Los empresarios referentes comparten prácticas reales de mercadeo y ventas, mostrando cómo aplican los conceptos en sus negocios. El experto articula estas intervenciones, resalta los elementos clave y los conecta con la estructura formal de un plan de mercadeo. • **Aplicación práctica y uso básico de IA:** Cada sesión incluye momentos de trabajo sobre el plan de mercadeo propio de cada empresa. Se incorpora el uso sencillo de herramientas de IA para organizar ideas de segmentación y propuesta de valor, redactar versiones preliminares de objetivos y estrategias, y elaborar bocetos de argumentos comerciales y pitches de ventas. La IA se usa como apoyo práctico, manteniendo el criterio del empresario sobre su negocio. Antes de iniciar, se realizará una reunión de coordinación con la Secretaría para definir fechas exactas, plataforma para webinars y logística de los encuentros presenciales. Se llevará registro de asistencia en cada actividad y al finalizar cada sesión se recogerá una breve percepción de los participantes sobre la utilidad de la misma. El experto no elabora planes de mercadeo individuales; su rol es orientar, facilitar y dar recomendaciones generales y sectoriales para que sea cada empresario quien construya y ajuste su propio plan.						

NOTA 1: Las cotizaciones aportadas que permitieron establecer el valor estimado del contrato son responsabilidad de los profesionales contratados por la Secretaría de Desarrollo Económico y competitividad, las cuales fueron debidamente corroboradas en cuanto a su veracidad y la realidad de los precios de mercado en la región, conforme a las cuales se han determinado los valores acordes a los servicios. Las cotizaciones se publican en la plataforma SECOP II.

NOTA 2: El oferente debe proyectar su presupuesto teniendo en cuenta que dentro del valor están considerados todos los gastos en que incurren para la presentación de la propuesta y demás gastos que se generen en la ejecución del contrato y los impuestos de ley que apliquen al contrato.

NOTA 3: Es de mencionar que, respecto al IVA para personas del régimen simplificado, el parágrafo primero del artículo 437 del Estatuto Tributario Colombiano señala lo siguiente:

> *"A las personas No Responsable de IVA, que vendan bienes o presten servicios, les está prohibido adicionar al precio suma alguna por concepto del impuesto sobre las ventas (…)"*

5.1. CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL QUE RESPALDA LA CONTRATACIÓN

El presente proceso se encuentra amparado por los siguientes Certificados de Disponibilidad Presupuestal:

No. CDP	FECHA EXPEDICIÓN	CONCEPTO	VALOR
5819	08 SEPT. 2026	EL CONTRATISTA SE OBLIGA CON EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA-SDEC, A BRINDAR CAPACITACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS EN PLANEACIÓN DE MERCADOS Y VENTAS CON APOYO DE IA PARA EMPRESAS DE CAFÉ Y AGROINDUSTRIA, TIC Y SERVICIOS, Y MODA Y CONFECCIONES DEL CAUCA EN EL MARCO DEL PROYECTO FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES TERRITORIALES PARA LA GOBERNANZA Y LA COMPETITIVIDAD EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA	$10.500.000

6. FORMA DE PAGO

EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA- secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad pagará al CONTRATISTA el cien por ciento (100%) del valor del contrato mediante acta única, de conformidad con los servicios efectivamente prestados, previa presentación de la cuenta de cobro y/o factura Y de la constancia de recibido a satisfacción de los servicios suscrita por el supervisor del contrato.

Para efectos de realizarse los pagos, EL CONTRATISTA debe acreditar que se encuentra al día en el pago de aportes a seguridad social (salud, pensión y riesgos) y parafiscales (SEMA, ICBF y CAJAS DE COMPENSACION FAMILIAR).

NOTA 1. EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA solo pagará lo debidamente ejecutado y soportado por parte del contratista con la factura respectiva, en el plazo y condiciones convenidas, a través de la cuenta de ahorros y/o corriente que disponga el contratista acorde con la certificación expedida por la entidad financiera aportada por el contratista.

NOTA 2. Dentro del término señalado para efectuar el pago, EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA, podrá formular por escrito las observaciones u objeciones que tenga la cuenta de cobro y/o factura, que presente para el pago EL CONTRATISTA.

NOTA 3. La Entidad no reconocerá pagos sobre entregas que no hubieren sido previamente requeridos o autorizados por el supervisor del contrato o quien ejerza su apoyo.

NOTA 4. Al formular la oferta, el proponente acepta que estarán a su cargo todos los impuestos, tasas y contribuciones establecidos por las diferentes autoridades nacionales, departamentales o municipales, y dentro de estos mismos niveles territoriales, los impuestos, tasas y contribuciones establecidas por las diferentes autoridades ambientales, que afecten el contrato y las actividades

que de él se deriven, con excepción de los que estrictamente correspondan a la Entidad.

NOTA 5. El término del pago solo empezara a contarse desde la fecha en que se presente en debida forma y adjuntando la totalidad de los documentos exigidos para tal efecto. Las demoras que se presenten por estos conceptos serán responsabilidad DEL CONTRATISTA y no tendrá por ello derecho al pago de intereses o compensaciones de ninguna naturaleza.

7. GASTOS DEL CONTRATISTA

Serán por cuenta del CONTRATISTA todos los costos y gastos DIRECTOS e INDIRECTOS imputables a la correcta ejecución del objeto contractual. Corresponde al contratista pagar todos los impuestos, derechos, tasas que se deriven de la suscripción y ejecución del contrato o con base en el mismo, así como los gastos que se generen por concepto de combustible, peajes.

8. DESCUENTOS.

El futuro contratista debe asumir los gastos ocasionados dentro del contrato, teniendo en cuenta los descuentos de ley.

Los impuestos que aplica el Departamento del Cauca para los procesos de contratación estatal se encuentran en la página http://www.cauca.gov.co , en a sección: preguntas frecuentes/ ¿Cuáles con los descuentos que aplica la Gobernación del Cauca para materia de contratación estatal?, accediendo al siguiente link: https://www.cauca.gov.co/AtencionalCiudadano/Paginas/Preguntas-Frecuentes.aspx

9. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO Y DOMICILIO CONTRACTUAL.

9.1. LUGAR DE EJECUCIÓN: Departamento del Cauca.
9.2. DOMICILIO CONTRACTUAL. Popayán – Cauca.

10. SUPERVISIÓN.

EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA supervisará el cumplimiento del contrato por medio de **LAURA CRISTINA BURBANO RUIZ** Técnico Administrativo Grado 6° de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad o el funcionario idóneo que para el efecto sea designado. Las partes acuerdan que EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA, a través de la secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad, podrá modificar unilateralmente la designación del supervisor, para lo cual bastará comunicación escrita en tal sentido.

La supervisión, será desarrollada conforme a las disposiciones del artículo 83 de la Ley 1474 de 2011; la Ley 80 de 1993 y las demás normas concordantes.

11. MODALIDAD DE SELECCIÓN

Con fundamento al valor estimado del contrato, el proceso de invitación se adelantará bajo la modalidad de mínima cuantía, según lo dispuesto en la subsección 5, artículo 2.2.1.2,1.5.2 del Decreto 1082 de 2015, toda vez que se trata de una actividad cuyos costos de ejecución no superan el 10% de la menor cuantía Igualmente se aplicaran las leyes 80 de 1993 y 1150 de 2007, sus decretos reglamentarios en lo que fuere pertinente y aplicable.

12. GARANTÍAS EXIGIDAS

12.1. GARANTÍAS DEL CONTRATO

Para cubrir cualquier hecho constitutivo de incumplimiento, el Contratista deberá presentar la garantía de cumplimiento en original a la Entidad dentro del término señalado en el cronograma del proceso y requerirá la aprobación de la Entidad. Esta garantía tendrá las siguientes características:

<table>
<tr><th>Característica</th><th>Condición</th></tr>
<tr><td>Clase</td><td>Cualquiera de las clases permitidas por el artículo 2.2.1.2.3.1.2 del Decreto 1082 de 2015, a saber: (i) Contrato de seguro contenido en una póliza para Entidades Estatales, (ii) Patrimonio autónomo, (iii) Garantía Bancaria.</td></tr>
<tr><td>Asegurado/ beneficiario</td><td>DEPARTAMENTO DEL CAUCA identificado con NIT 891580016-8</td></tr>
<tr><td>Amparos, vigencia y valores asegurados</td><td>
<table>
<tr><th>Amparo</th><th>Vigencia</th><th>Valor Asegurado</th></tr>
<tr><td>Cumplimiento general del contrato y el pago de las multas y la cláusula penal pecuniaria que se le impongan</td><td>con una vigencia igual a la duración del contrato y cuatro (4) meses más</td><td>Equivalente al 10% del valor del contrato</td></tr>
<tr><td>Calidad del servicio</td><td>con una vigencia igual a la duración del contrato y cuatro (4) meses más</td><td>Equivalente al 10% del valor del contrato</td></tr>
<tr><td>Pago de salarios, prestaciones sociales legales e indemnizaciones laborales</td><td>con una vigencia igual a la duración del contrato y tres (3) años más</td><td>Equivalente al 10% del valor del contrato</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Tomador</td><td>• Para las personas jurídicas: la garantía deberá tomarse con el nombre o razón social y tipo societario que figura en el Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio respectiva, y no sólo con su sigla, a no ser que en el referido documento se exprese que la sociedad podrá denominarse de esa manera.
• No se aceptan garantías a nombre del representante legal o de alguno de los integrantes del consorcio. Cuando el contratista sea una Unión Temporal o Consorcio, se debe incluir razón social, NIT y porcentaje de participación de cada uno de los integrantes.
• Para el Contratista conformado por una estructura plural (unión temporal, consorcio): la garantía deberá ser otorgada por todos los integrantes del Contratista, para lo cual se deberá relacionar claramente los integrantes, su identificación y porcentaje de participación, quienes para todos los efectos serán los otorgantes de la misma.</td></tr>
<tr><td>Información necesaria dentro de la póliza</td><td>• Número y año del contrato
• Objeto del contrato
• Firma del representante legal del Contratista
• En caso de no usar centavos, los valores deben aproximarse al mayor</td></tr>
</table>

NOTA: El Contratista está obligado a restablecer el valor de la garantía cuando esta se vea reducida por razón de las reclamaciones que efectúe la Entidad, así como, a ajustar las garantías en los eventos de adición y/o prórroga y/o suspensión y/o reinicio del contrato. El no restablecimiento de la garantía por parte del Contratista o su no adición o prórroga, según el caso, constituye causal de incumplimiento del Contrato y se dará inicio a los procesos sancionatorios a que haya lugar.

13. CESIÓN Y SUBCONTRATOS.

EL CONTRATISTA no podrá ceder ni subcontratar los derechos y obligaciones emanadas del presente contrato en persona natural o jurídica, nacional o extranjera, sin el consentimiento previo y expreso de EL DEPARTAMENTO, pudiendo éste reservarse las razones que tenga para negar la cesión.

14. CLAUSULAS EXCEPCIONALES

En el contrato a celebrar se pactan expresamente las cláusulas de interpretación, modificación y terminación unilateral consagradas en los artículos 15, 16 y 17 de la ley 80 de 1993. Igualmente se pacta expresamente la cláusula de caducidad la cual se regirá por lo dispuesto en el artículo 18 de la Ley 80 de 1993.

15. CLAUSULA PENAL

En caso de declaratoria de incumplimiento o caducidad, el DEPARTAMENTO DEL CAUCA hará efectiva una sanción penal pecuniaria, la cual tendrá un monto del veinte por ciento (20%) del valor del Contrato, pena que se pacta por el mero retardo y sin perjuicio del cumplimiento de la obligación principal, para efectos de cobrar la cláusula penal se podrá hacer uso de la compensación de sumas o jurisdicción coactiva.

El contratista renuncia a ser requerido para efectos de constitución en mora y a la tasación proporcional de la pena.

16. LIQUIDACIÓN

El contrato será objeto de liquidación de conformidad con el artículo 11 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 60 de la Ley 80 de 1993 modificado por el artículo 217 del Decreto Ley 019 de 2012, procedimiento que deberá efectuarse dentro de los seis (6) meses siguientes a su vencimiento o a la expedición del acto administrativo que ordene su terminación, o a la fecha del acuerdo que así lo disponga. Dentro de este plazo se entiende incluido un término de cuatro (4) meses para la liquidación de común acuerdo y dos (2) meses adicionales para la liquidación unilateral si es el caso. si el CONTRATISTA no se presentare para efectos de la liquidación del contrato o las partes no llegaren a ningún acuerdo, el DEPARTAMENTO procederá a su liquidación, por medio de resolución motivada susceptible del recurso de reposición, Así mismo y de conformidad con lo previsto por el artículo 11 de la Ley 1150 de 2007, si el CONTRATISTA deja salvedades en la liquidación por mutuo acuerdo, el DEPARTAMENTO podrá liquidar unilateralmente, caso en el cual, esta solo procederá en relación con los aspectos que no hayan sido objeto de acuerdo.

17. APLICACIÓN TRATADOS O CONVENIOS DE LIBRE COMERCIO

De conformidad con el MANUAL EXPLICATIVO DE LOS CAPÍTULOS DE CONTRATACIÓN PÚBLICA DE LOS ACUERDOS COMERCIALES NEGOCIADOS POR COLOMBIA PARA ENTIDADES CONTRATANTES

expedido por el DNP, "Las Entidades Estatales que adelantan sus Procesos de Contratación con las Leyes 80 de 1993 y 1150 de 2007 no deben hacer este análisis en las modalidades de selección de contratación directa y de mínima cuantía".

Para constancia se firma en Popayán, a los veintidós (22) días del mes de septiembre de 2026.

LAURA CRISTINA BURBANO RUIZ
Técnico Administrativo Grado 6°
Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad

Proyectó aspectos jurídicos: Jennifer Palacios – Abogada contratista SDEC
Revisó aspectos jurídicos: Neider Vicente Trujillo – Apoyo a la Coordinación área de contratación SDEC
Proyectó aspectos Técnicos: Rodrigo Luna Ordóñez – Contratista SDEC
Revisó aspectos Técnicos: Andrés Felipe Jiménez – Contratista SDEC