SUBGERENCIA QUE PROYECTA: SUBGERENCIA COMERCIAL Y OPERATIVA

FECHA: 26 DE OCTUBRE DE 2026.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE LA EMPRESA PRETENDE SATISFACER CON EL PROCESO DE CONTRATACIÓN.

La Lotería de Boyacá es una Empresa Industrial y Comercial del Departamento de Boyacá, dotada de personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, cuyo objeto es generar recursos financieros para transferir al sector salud, de acuerdo con la Constitución, la Ley, Acuerdos y Estatutos.

Para cumplir con su objeto social, la Lotería opera de manera directa el juego de lotería tradicional o de billetes y, mediante concesión, el juego de chance, todo lo anterior con sujeción a lo dispuesto en la Ley 643 de 2001 "Por la cual se fija el régimen propio del monopolio rentístico de juegos de suerte y azar", decretos reglamentarios y demás actos administrativos emitidos por organismos de control y regulación.

Que en el plan estratégico institucional adoptado mediante resolución N° 0517 de fecha 29 de noviembre de 2024 "LA SUERTE QUE HACE GRANDE A COLOMBIA", en armonía con el Plan Departamental de Desarrollo de Boyacá "NUESTRO GRAN PLAN ES BOYACÁ 2024-2027", encaminado al cumplimiento de su objetivo principal que es "transformar la vida de las y los boyacenses a partir de un modelo de desarrollo enfocado en el aumento de la competitividad, el empleo y el ingreso; la reducción de brechas sociales y las barreras a la participación efectiva en sociedad; la erradicación de todas las formas de violencia y la reducción y redistribución de la carga del cuidado; la garantía a toda la población boyacense de la inclusión, el acceso efectivo a bienes y servicios sociales, la seguridad y el ejercicio de sus derechos y su libertad; el reconocimiento de la diversidad de nuestro territorio y nuestra población; la conservación de la naturaleza y sus servicios ecosistémicos y la convergencia regional".

En la Ordenanza 009 de 2024 "POR LA CUAL SE ADOPTA EL PLAN DEPARTAMENTAL DE DESARROLLO DE BOYACÁ - NUESTRO GRAN PLAN ES BOYACÁ 2024-2027" Artículo 6°-Capítulo II - se estableció la estrategia de desarrollo "TIERRA PARA CRECER Y PRODUCTIVA", donde participa la Lotería de Boyacá en la Dimensión de Desarrollo, mayor autonomía fiscal; siendo la Lotería de Boyacá, una Empresa Industrial y Comercial del Estado que se ha posicionado como líder en el mercado de los Juegos de Suerte y Azar, ocupando uno de los primeros lugares en ventas con relación a las demás Loterías del país, tiene un alto potencial de aceptación nacional en las zonas de Bogotá, Cundinamarca, Eje Cafetero, Meta, Tolima, Huila, Boyacá, Antioquia, Santander, Norte de Santander, Costa Atlántica, Nariño, Caquetá, Cauca, Valle del Cauca y demás territorios nacionales, por su transparencia, responsabilidad y cumplimiento en el pago de premios a ganadores y las transferencias a la salud de los colombianos. Estas importantes transferencias de recursos para el sector salud, generados por la explotación y comercialización de juegos de suerte y azar, lograron ser uno de los primeros en transferencias a la salud del país. La establecida para el cuatrienio 2024–2027 es de $118.800.000.000 en transferencias al sector salud. Durante el año 2024, la Lotería de Boyacá alcanzó $47.865.000.000 en transferencias, lo que representa un 40,3 % de cumplimiento de la meta cuatrienal en solo el primer año, consolidando un resultado sobresaliente en términos de impacto social y gestión comercial. El 33% de la billetería de la Lotería de Boyacá se comercializa en Bogotá

y Cundinamarca, una de las potencialidades de la empresa, es que la comercialización se hace a través de 91 distribuidores a nivel nacional con 260 puntos y más de 10.000 vendedores a nivel nacional, de los cuales 8 lo comercializan por el canal en línea, internet o virtual. (Lotería de Boyacá).

Que la Subgerencia Comercial y Operativa tiene como propósito principal dirigir, administrar, supervisar y responder por la ejecución de la política comercial y operativa de la Lotería de Boyacá, mediante la implementación de estrategias de mercadeo, publicidad y comercialización orientadas a fortalecer la venta de los productos, ampliar su presencia en el mercado y contribuir al posicionamiento, reconocimiento y fortalecimiento de la marca. En desarrollo de sus funciones, le corresponde igualmente coordinar y realizar seguimiento a las actividades relacionadas con la comercialización y distribución del producto, así como a los procesos operativos asociados con la emisión, distribución y realización de los sorteos de la Lotería.

Que, en cumplimiento de estas funciones y como parte de las estrategias orientadas al fortalecimiento de la comercialización, promoción y posicionamiento institucional, la Lotería de Boyacá debe mantener presencia en diferentes actos, eventos y escenarios de carácter artístico, cultural, musical, deportivo, institucional y comunitario a los que sea invitada o en los que determine participar, con el propósito de promover la marca, fortalecer el relacionamiento con los diferentes públicos y generar espacios de acercamiento directo con los consumidores, distribuidores, aliados y demás grupos de interés. Para tal efecto, se requiere desarrollar estrategias para la producción de publicidad que permita aprovechar nuevos escenarios como las redes sociales para realizar activaciones de marca, experiencias de interacción con el público, acciones promocionales y demás iniciativas que contribuyan a generar recordación, visibilidad y conexión con los consumidores.

Que el impacto de la publicidad y de los mensajes dirigidos a la comunidad deben responder a un ejercicio de producción de contenido creativo para las redes sociales articulado con los objetivos comerciales y de posicionamiento de la Entidad. En este sentido, resulta necesario contar con un plan integral que permita orientar y articular las acciones de publicitarias para promocionar la marca los productos y campañas en las redes sociales de la entidad, incorporando estrategias creativas que permitan generar mayor visualización, interacción y acercamiento con los consumidores a lo largo y ancho del país donde se distribuye la Lotería de Boyacá.

Que la publicidad es una herramienta fundamental para fortalecer y promocionar la marca, los productos y campañas de la Lotería de Boyacá y además establecer canales efectivos de comunicación con sus diferentes públicos. Su adecuada implementación requiere combinar acciones de comunicación tradicional y estrategias creativas e innovadoras en materia publicitaria que permitan captar la atención del público, transmitir mensajes de manera efectiva, promocionando sus productos y campañas con el ánimo de fortalecer el vínculo con los consumidores y demás grupos de interés.

Que, en este contexto, la producción de contenido audiovisual publicitario permite fortalecer la presencia institucional de la Lotería de Boyacá en sus diferentes redes sociales, generando oportunidades de interacción y visualización directa con el público. Estas estrategias de promoción de la marca, productos y campañas permitiendo generar visibilidad, recordación y posicionamiento de la entidad.

Que, por lo anterior, resulta necesario desarrollar estrategias innovadoras de publicidad que permitan promocionar la marca los productos y campañas de la Entidad, procurando llegar a todos los públicos y escenarios a nivel nacional fortaleciendo la presencia, reconocimiento y posicionamiento de la Lotería de Boyacá.

Que, la Ley 1393 de 2010, define rentas de destinación específica para la salud, adopta medidas para promover actividades generadoras de recursos dicha destinación, evitando así la evasión y elusión de aportes, redireccionando los recursos a su finalidad principal de engrandecer el sistema de salud de los colombianos.

Que, en cumplimiento de lo manifestado anteriormente la Lotería de Boyacá en cabeza de la Subgerencia Comercial y Operativa haciendo uso de nuevas estrategias publicitarias, considera necesario impulsar las visualizaciones en las redes sociales en torno a la Lotería de Boyacá, con el objetivo de asegurar la sostenibilidad del negocio a mediano y largo plazo. Para ello, se requiere una evolución constante de las tendencias y dinámicas del sector, que permita desarrollar acciones efectivas de promoción de la marca, productos y campañas de la entidad.

Por las razones anteriores y de conformidad con las estrategias adoptadas por la Lotería de Boyacá, la Subgerencia Comercial y Operativa ve la oportunidad de contratar "**PRESTAR SERVICIOS DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL PUBLICITARIO PARA LAS REDES SOCIALES DE LA LOTERÍA DE BOYACÁ, PARA LA PROMOCIÓN DE SU MARCA, PRODUCTOS Y CAMPAÑAS".**

2. ESTUDIO DEL SECTOR:

A. ASPECTOS GENERALES

De acuerdo con lo establecido en el artículo 12 de la Ley 643 de 2001, corresponde a los departamentos y al Distrito Capital la explotación de las loterías tradicionales como arbitrio rentístico. En este marco, la Lotería de Boyacá, como entidad encargada de la explotación y administración de la lotería tradicional en el Departamento, desarrolla como actividad principal la comercialización de su producto, labor que constituye un componente fundamental para el cumplimiento de sus objetivos institucionales y para la generación de recursos destinados al sector salud, de conformidad con el régimen aplicable a los juegos de suerte y azar.

En desarrollo de su actividad comercial, la Lotería de Boyacá requiere implementar estrategias de producción de contenido audiovisual publicidad orientado a fortalecer las redes sociales de la entidad con el ánimo de ampliar su presencia en diferentes segmentos y canales, mantener el reconocimiento y promocionar la marca, y así establecer mecanismos de comunicación efectivos con sus consumidores, distribuidores y demás grupos de interés. Estas estrategias deben responder a las características del mercado, a los hábitos y comportamientos de los consumidores y a las dinámicas de los diferentes medios y canales de comunicación.

Por su parte, la publicidad constituye un instrumento de comunicación que permite divulgar los productos, servicios, actividades y mensajes de una organización a través de diferentes medios y formatos. En el caso de la Lotería de Boyacá, su utilización permite fortalecer la visibilidad de la marca, comunicar sus productos y sorteos, divulgar campañas

institucionales y comerciales, promover la participación en actividades y eventos y generar espacios de interacción con los consumidores y la comunidad.

En este contexto, resulta necesario crear contenido audiovisual publicitario que incorpore elementos creativos e innovadores en la divulgación y promoción de la marca, productos y campañas de la Lotería de Boyacá y sus actividades comerciales, aprovechando de manera adecuada las redes sociales de la Lotería de Boyacá. La utilización de estrategias diferenciadas permite adaptar los mensajes y las acciones promocionales a las características de los públicos y de cada escenario, favoreciendo una comunicación más cercana, dinámica y coherente con los objetivos de posicionamiento y comercialización de la Entidad.

La publicidad en el sector de las loterías presenta características particulares, en razón de la naturaleza del producto, la regulación aplicable a los juegos de suerte y azar y la necesidad de promover el juego legal y responsable. En este sentido, las acciones de comunicación no se limitan a la promoción de la marca, productos y campañas, sino que también pueden contribuir a fortalecer la confianza en la institucionalidad, divulgar el carácter legal de la actividad y comunicar el impacto que genera la explotación de los juegos de suerte y azar en la financiación de servicios de interés público, particularmente en el sector salud.

En el contexto colombiano, las estrategias de publicidad de las loterías pueden desarrollarse mediante una combinación de medios tradicionales y digitales, incluyendo radio, televisión, prensa, redes sociales, plataformas digitales, material impreso, espacios publicitarios, eventos, activaciones y experiencias de marca. La articulación de estos canales permite ampliar los espacios de contacto con los diferentes públicos y adaptar los contenidos a las características de cada medio y audiencia.

Entre las tendencias relevantes para la producción de contenido audiovisual publicitario se encuentran:

• Digitalización y fortalecimiento de canales digitales: el uso de redes sociales, plataformas digitales y contenidos audiovisuales permite ampliar los espacios de comunicación e interacción con los públicos de interés y facilitar la divulgación de su marca, productos y campañas institucionales.

• Estrategias multicanal: la articulación de medios tradicionales y digitales permite desarrollar campañas integrales y adaptar los mensajes a diferentes públicos, formatos y escenarios de comunicación.

• Contenido creativo y experiencial: las activaciones, dinámicas de participación, experiencias de marca y contenidos audiovisuales constituyen herramientas que pueden facilitar una interacción más directa con los consumidores y generar mayor visibilidad de las acciones comerciales.

• Segmentación y conocimiento de los públicos: el análisis de las características, intereses y comportamientos de los diferentes públicos permite orientar las estrategias y contenidos de acuerdo con las necesidades y objetivos de cada campaña.

En consecuencia, para la Lotería de Boyacá resulta pertinente contar con la producción de contenido audiovisual publicitario que articulen la promoción de la marca, productos y

campañas. Estas acciones deberán desarrollarse de manera planificada y creativa, atendiendo las características de los diferentes públicos y escenarios, con el propósito de fortalecer la presencia de la entidad en sus redes sociales.

Importancia de la publicidad

La importancia de la publicitaria radica en su capacidad para fortalecer la promoción de la marca, generar reconocimiento y establecer una comunicación efectiva con los diferentes públicos. En el caso de la Lotería de Boyacá, esta estrategia permite promocionar los productos o campañas institucionales y comerciales mediante contenido audiovisual para las redes sociales procurando captar la atención de los consumidores y contribuyendo al fortalecimiento de la entidad.

En este sentido, la producción de contenido audiovisual publicitario no se limita a la divulgación de productos o campañas, sino que constituyen herramientas para analizar el mercado, identificar oportunidades, fortalecer la identidad de marca y apoyar el cumplimiento de los objetivos publicitarios, comerciales e institucionales. En el sector de juegos de suerte y azar, además, las acciones de comunicación deben contribuir a promover el juego legal y responsable, fortalecer la confianza en la entidad y comunicar el aporte social derivado de la actividad de la Lotería.

Por lo anterior, resulta necesario contar con apoyo para la producción de contenido audiovisual publicitario para las redes sociales respondiendo oportunamente a las dinámicas del mercado, fortaleciendo la presencia y reconocimiento de la Lotería de Boyacá.

LOTERÍAS, CHANCE Y JUEGOS DE SUERTE Y AZAR COMO FUENTE DE RECURSOS PARA LA SALUD

En Colombia, los juegos de suerte y azar constituyen una actividad de importancia económica y social, en consideración a los recursos que genera para la financiación del sector salud. De acuerdo con la información reportada por las entidades competentes, las loterías, el chance y las demás modalidades autorizadas contribuyen mediante sus ventas y las correspondientes transferencias y derechos de explotación a la generación de recursos destinados a atender necesidades del sistema de salud.

En este contexto, las loterías constituyen uno de los principales juegos de suerte y azar de carácter territorial y desarrollan su actividad dentro del marco legal establecido para la explotación del monopolio rentístico. A través de su comercialización, además de generar ingresos propios para su operación y sostenibilidad, se generan recursos destinados al sector salud, razón por la cual el fortalecimiento de sus canales de comercialización, el posicionamiento de sus productos y la promoción del juego legal adquieren especial relevancia.

Por su parte, el chance cuenta con una amplia cobertura y presencia en el territorio nacional, mientras que los juegos de suerte y azar de carácter novedoso y las modalidades de premios instantáneos han ampliado la oferta disponible para los consumidores. El comportamiento de estas modalidades evidencia la importancia de desarrollar estrategias comerciales, de mercadeo y publicidad que permitan fortalecer la participación de los operadores autorizados, promover el juego legal y facilitar el reconocimiento de los productos y marcas institucionales.

La generación de estos recursos se encuentra directamente relacionada con la existencia de una actividad formal y regulada. Por ello, las acciones de promoción, comunicación y publicidad deben orientarse no solamente al posicionamiento comercial de los productos, sino también a fortalecer la confianza de los consumidores, incentivar la adquisición a través de canales autorizados y contribuir a la prevención y disminución de prácticas asociadas al juego ilegal.

En este sentido, para la Lotería de Boyacá resulta estratégico producir contenido audiovisual publicitario que permitan fortalecer la marca, sus productos y campañas, incrementar su visibilidad, generar cercanía con los consumidores y distribuidores y comunicar de manera efectiva sus productos, sorteos, premios y actividades institucionales. Estas acciones deben articular medios tradicionales y digitales, redes sociales, espacios publicitarios, eventos, activaciones de marca y otros mecanismos de comunicación, de acuerdo con las características y dinámicas de los diferentes públicos.

De esta manera, el fortalecimiento en materia publicitaria no solo responde a objetivos de posicionamiento y comercialización, sino que también contribuye al fortalecimiento de la marca, sus productos y campañas, y consecuentemente, a la sostenibilidad de los recursos que, en el marco de la regulación aplicable, se destinan a la financiación del sector salud.

B. ESTUDIO DE LA DEMANDA.

En cumplimiento del principio de planeación consagrado en el Manual de Contratación de la Lotería de Boyacá (Acuerdo 010 de 2022 y su modificatorio de 2025), y conforme al formato institucional RGA-10 de Estudios Previos, la Subgerencia Comercial y Operativa adelantó el presente estudio de sector, con el propósito de verificar las condiciones del mercado y sustentar la pertinencia y razonabilidad de la contratación proyectada. Para tal efecto, se consultó la información disponible en los sistemas SECOP I y SECOP II, aplicando filtros correspondientes al rango de años comprendido entre 2020 y 2025, entidades comparables —entre ellas, las loterías de Bogotá, Boyacá, Cauca, Huila, Meta, Quindío, Risaralda, Santander, Medellín, Bolívar, Nariño, Cúcuta, Tolima y Cundinamarca— y los códigos UNSPSC 82101800, 82101801 y 82101802, relacionados con servicios profesionales y de apoyo, investigación y análisis de mercados, gestión de eventos, servicios de agencia de publicidad y servicios de publicidad y promoción. Adicionalmente, se utilizó la herramienta de visualización para el análisis de la demanda y la oferta dispuesta por Colombia Compra Eficiente, con el fin de identificar el comportamiento histórico de la contratación, el número de contratos registrados y las tendencias de precios asociadas a los servicios consultados. Lo anterior permitió contar con referentes del mercado que sirven de soporte para determinar las condiciones de la contratación, la modalidad de selección y el valor estimado del contrato para la vigencia correspondiente.

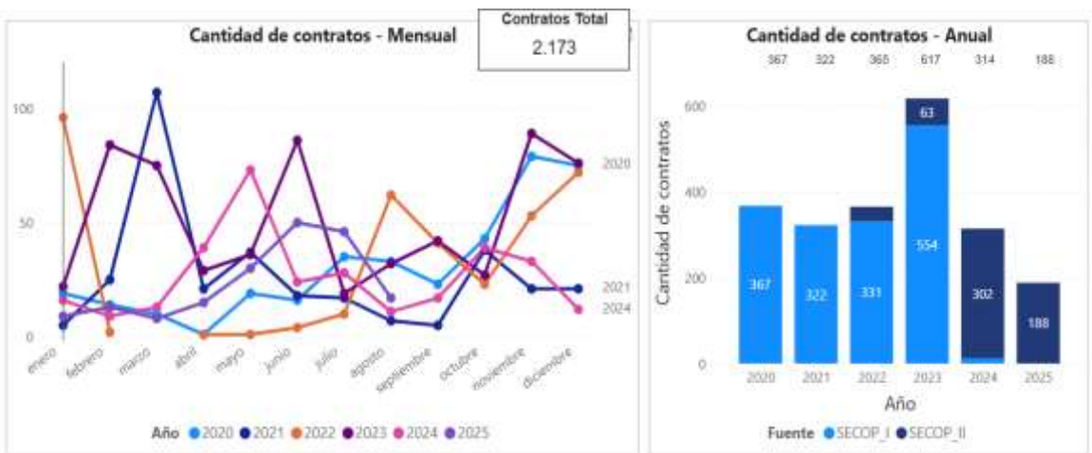
Gráfico 1: Comportamiento del gasto mensual y anual



Fuente: Colombia Compra Eficiente — Herramienta de análisis de demanda y oferta (SECOP I y II), filtros aplicados por la Subgerencia Comercial y Operativa.

El gráfico de análisis de la demanda evidencia que entre 2020 y 2025 las loterías departamentales han mantenido un gasto sostenido en publicidad, con picos en meses y años de campañas especiales (2023 y 2024). El acumulado de $36.132 millones confirma que la publicidad es un insumo estratégico recurrente en el sector, indispensable para posicionar la marca, aumentar ventas y garantizar las transferencias al sector salud.

Gráfico 2: Comportamiento en el número de contratos mensual y anual



Fuente: Colombia Compra Eficiente — Herramienta de análisis de demanda y oferta (SECOP I y II), filtros aplicados por la Subgerencia Comercial y Operativa.

El gráfico de cantidad de contratos evidencia que en el período analizado se han celebrado 2.173 procesos en materia de publicidad, con picos relevantes en marzo, junio, octubre y diciembre, meses en los que las entidades intensifican sus campañas para aprovechar coyunturas comerciales y eventos de alto impacto; el mayor número de contratos se dio en 2023, con 617 procesos.

Gráfico 3: Origen de proveedores y Modalidad de Selección



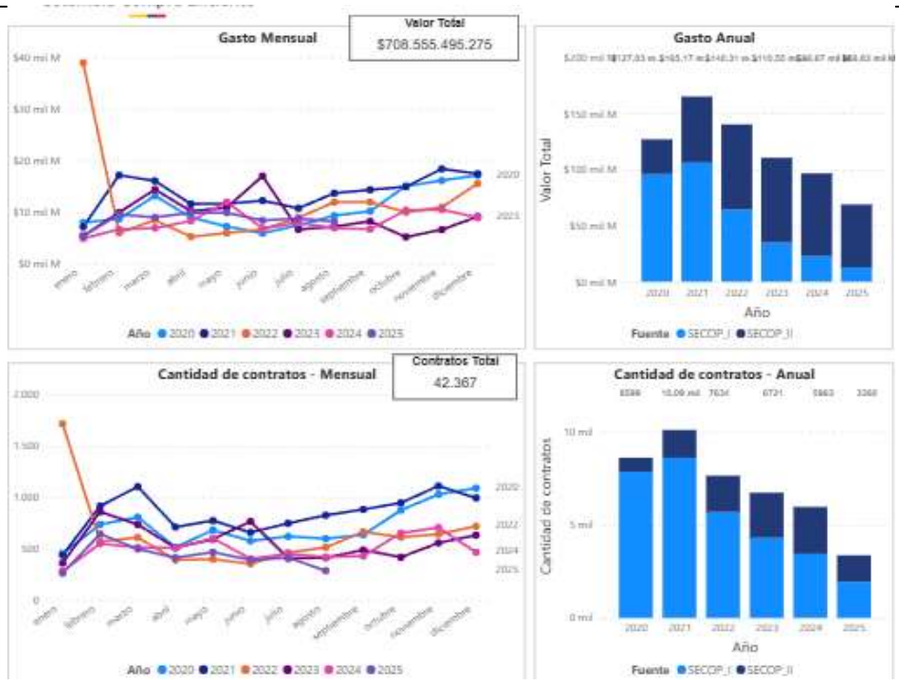
Fuente: Colombia Compra Eficiente — Herramienta de análisis de demanda y oferta (SECOP I y II), filtros aplicados por la Subgerencia Comercial y Operativa.

El gráfico de origen de proveedores y modalidad de selección muestra que la totalidad de los contratos en publicidad se adjudican a proveedores de origen nacional, y que el análisis de la modalidad de selección indica que la mayor parte del valor contratado (alrededor de $35.820 millones) se ejecuta bajo régimen especial, condiciones que favorecen la agilidad y oportunidad en la ejecución, garantizando la presencia institucional en eventos y campañas estratégicas.

C. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

El análisis de la oferta para el presente proceso resulta fundamental para determinar la viabilidad de la contratación de servicios de producción de contenido audiovisual publicitario para redes sociales, toda vez que permite identificar la existencia de proveedores con la experiencia y trayectoria necesaria para prestar los servicios de producción de contenido publicitario, que cuenten con capacidad técnica, equipos y experiencia en el sector. Lo anterior proporciona información relevante sobre las condiciones del mercado y permite establecer referentes para la contratación, procurando que la Lotería de Boyacá cuente con alternativas acordes con la necesidad de promocionar la marca, productos y campañas dando cumplimiento a los objetivos institucionales y comerciales.

Gráfico 4: Gasto y Cantidad de contratos dentro de la oferta



Fuente: Colombia Compra Eficiente — Herramienta de análisis de demanda y oferta (SECOP I y II), filtros aplicados por la Subgerencia Comercial y Operativa.

El estudio de la información reportada en Colombia Compra Eficiente durante el periodo comprendido entre 2020 y 2025, tomando como referencia los códigos UNSPSC 82101800, 82101801 y 82101802, permite identificar un mercado con participación de diversos proveedores y con experiencia en la prestación de servicios profesionales, apoyo a actividades de mercadeo, gestión de eventos, publicidad y promoción. La información analizada constituye un referente para establecer las condiciones de oferta existentes y verificar la disponibilidad de proveedores con capacidad para atender las necesidades asociadas al objeto de la contratación.

El análisis de la oferta permite establecer la existencia de proveedores con experiencia y capacidad técnica relacionada con los servicios requeridos, evidenciando un mercado con pluralidad de oferentes y alternativas de contratación. Lo anterior proporciona a la Lotería de Boyacá referentes suficientes para estructurar el proceso de contratación de acuerdo con sus necesidades de promoción, comunicación y posicionamiento institucional, procurando condiciones adecuadas de mercado y el uso eficiente de los recursos destinados a la ejecución de las actividades previstas.

2.1.-VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y LA JUSTIFICACIÓN DEL MISMO El valor estimado del contrato es de **SEIS MILLONES DE PESOS ($6.000.000) M/CTE.**

2.1.1.-JUSTIFICACION DEL VALOR A CONTRATAR:

El valor establecido para la presente contratación se determina con fundamento en el análisis del sector realizado por la Subgerencia Comercial y Operativa, teniendo en cuenta las condiciones del mercado, las características y el nivel de especialidad de los servicios requeridos, así como la necesidad de fortalecer la producción de contenido audiovisual publicitario para las redes de la Lotería de Boyacá.

La determinación del valor presupuestado surge del análisis del mercado y del análisis comparativo de la oferta interna y externa realizado por la Subgerencia Comercial y Operativa, tomando como referencia servicios de características y alcance similares al objeto contractual, conforme se evidencia en los numerales 2.1.2, 2.1.3 y 2.1.4 del presente estudio previo. El valor contempla la producción de contenido audiovisual publicitario para redes sociales de la Lotería de Boyacá, para la promoción de la marca, productos y campañas.

Para el cumplimiento del objeto derivado del presente proceso de contratación se expidió el certificado de disponibilidad presupuestal **No. 14606 de fecha 21/10/2026 Rubro 245020801 Publicidad.**

2.1.2. -ESTUDIO DE LA DEMANDA INTERNA

Basándose en la experiencia exitosa de una contratación previa realizada por la Lotería de Boyacá en procesos cuyo objeto es similar, se justifica realizar nueva contratación, argumentando que la ejecutada con anterioridad fue altamente beneficiosa para la entidad y fue cumplida a satisfacción.
El presente proceso no duplica el objeto del contrato CD-CSP-085 de 2026, toda vez que este se orienta al diseño gráfico y a la producción de contenidos digitales para el fortalecimiento de la identidad visual institucional, mientras que el presente comprende exclusivamente la de prestar servicios de producción de contenido audiovisual publicitario para las redes de la Lotería de Boyacá, para la promoción de su marca, productos y campañas, sin incluir pauta en medios.

CONTRATO	ENTIDAD	OBJETO	PLAZO DE EJECUCIÓN	VALOR TOTAL
CD-030 DE 2024	LOTERÍA DE BOYACÁ	"PRODUCCION DE CONTENIDO DIGITAL, FOTOGRAFICO, RADIAL Y AUDIOVISUAL DE LA LOTERÍA DE BOYACÁ, PARA PLATAFORMAS DIGITALES Y DISTINTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN"	DIEZ (10) MESES	$44.000.000
CD-CSP-102 DE 2026	LOTERÍA DE BOYACÁ	CONTRATAR LA PRODUCCION DE CONTENIDO PUBLICITARIO DIGITAL, FOTOGRAFICO, RADIAL Y AUDIOVISUAL, COMO INSUMO PARA LA PROMOCION DE LOS PRODUCTOS Y CAMPANAS DE LA LOTERIA DE BOYACA.	SEIS (6) MESES	$32.000.000

2.1.3.-ESTUDIO DE LA DEMANDA EXTERNA

Realizado el estudio de mercado en otras entidades del orden nacional, se evidencia contratación similar ejecutada de manera satisfactoria, por lo tanto, la Subgerencia Comercial y Operativa se ha referenciado en este estudio para dar factibilidad a la contratación a realizarse.

CONTRATO	ENTIDAD	OBJETO	PLAZO DE EJECUCIÓN	VALOR TOTAL
GCSJ-CD-1228-2025	DEPARTAMENTO DEL META	FORTALECER EL PLAN DE COMUNICACIONES, A TRAVÉS DEL DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS, QUE PERMITAN VISIBILIZAR Y PLASMAR LAS ACCIONES Y GESTIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DEPARTAMENTAL DEL META	CUATRO (4) MESES	$11.600.000

CD 51 DE 2026	LOTERIA DE BOGOTA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA GESTIÓN PARA LA SUBGERENCIA COMERCIAL, EN LA EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES ENCAMINADAS A LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES Y LA RED DE VENTAS ENCAMINADAS LOS DIFERENTES CANALES	SEIS (6) MESES	$19.200.000

2.1.4. ESTUDIO DE LAS COTIZACIONES

Con el fin de establecer el valor de referencia de los componentes que integran la contratación, la Entidad solicitó y recibió cotizaciones de DOS (2) proveedores del sector: YEISON FERNANDO VARGAS AMAYA (Anexo 1) y HANER ARLEY PIRABAGUEN HERNANDEZ (Anexo 2). Las propuestas recibidas permitieron contar con referentes económicos respecto de los servicios requeridos y analizar los rangos de precios existentes en el mercado para cada uno de los componentes que conforman el objeto contractual.

A partir del análisis comparativo de las cotizaciones, se observa que, para el componente correspondiente al reel publicitario grabado en 4k con audio profesional, con duración entre (15) segundos un (1) minuto con veinte (20) segundos, que incluyen guion (gancho inicial y desarrollo), acompañamiento fotográfico, grabación, edición, musicalización, efectos visuales, gráficos y textos, entregado en formato apto para la publicación en redes sociales, los valores ofertados para los DOS (2) entregables oscilan entre $6.000.000 y $6.400.000, En el componente, la propuesta presentada por YEISON FERNANDO VARGAS AMAYA. corresponde al menor valor cotizado, manteniéndose dentro de los rangos identificados en el mercado y atendiendo integralmente las condiciones y características técnicas requeridas por la Entidad.

En consecuencia, para efectos de establecer el valor de referencia de la contratación, se adoptan los valor propuesto por YEISON FERNANDO VARGAS AMAYA, correspondiente a $6.000.000 para los veinte (20) entregables de reel publicitario grabado en 4k con audio profesional, con duración entre (15) segundos un (1) minuto con veinte (20) segundos, que incluyen guion (gancho inicial y desarrollo), acompañamiento fotográfico, grabación, edición, musicalización, efectos visuales, gráficos y textos, entregado en formato apto para la publicación en redes sociales, para un valor total de $6.000.000, incluidos los impuestos, costos y demás conceptos a que haya lugar.

No.	Componente / entregable	Unidad	Cant.	HANER PIRABAGUEN	YEISON VARGAS	Valor adoptado
1	Reel publicitario grabado en 4k con audio profesional, con duración entre (15) segundos un (1) minuto con veinte (20) segundos, que incluyen guion (gancho inicial y desarrollo), acompañamiento fotográfico, grabación, edición, musicalización, efectos visuales, gráficos y textos, entregado en formato apto para la publicación en redes sociales)	Entregable mensual	Mensual 10 Total 20	$6.400.000	$6.000.000	$6.000.000

Ahora bien, por tratarse de una contratación directa bajo la causal correspondiente a contratos de publicidad, la selección del contratista no se fundamenta exclusivamente en el criterio económico, sino en la verificación de las condiciones de idoneidad, experiencia, capacidad técnica y demás requisitos necesarios para garantizar la adecuada ejecución del objeto contractual. En este sentido, la comparación económica constituye un referente para determinar la razonabilidad del valor, sin que por sí sola determine la selección del contratista.

Con fundamento en lo anterior, y de acuerdo con las facultades del ordenador del gasto y las condiciones establecidas para esta modalidad de contratación, la Entidad determina la selección de YEISON FERNANDO VARGAS AMAYA, previa verificación del cumplimiento de las condiciones de idoneidad, experiencia y capacidad requeridas para atender las necesidades identificadas. La propuesta económica presentada por el proveedor resulta consistente con los valores de referencia obtenidos en el estudio de mercado y con las condiciones técnicas definidas por la Entidad.

Nota metodológica sobre las cotizaciones. El Manual de Contratación de la Lotería de Boyacá no establece un número mínimo de cotizaciones como requisito para esta tipología contractual; por tanto, la solicitud de cotizaciones realizada no se invoca como una exigencia normativa. No obstante, en desarrollo del principio de planeación y como mecanismo para contar con referentes económicos del mercado, la Subgerencia Comercial y Operativa solicitó cotización a DOS (2) proveedores del sector previamente identificados, quienes presentaron sus respectivas propuestas económicas.

Las cotizaciones recibidas fueron objeto de análisis comparativo respecto de los componentes y entregables requeridos, permitiendo identificar los rangos de precios del mercado y establecer valores de referencia para determinar la razonabilidad económica de la contratación. Los soportes correspondientes a las solicitudes, cotizaciones y análisis efectuados hacen parte integral del expediente contractual.

3. OBJETO A CONTRATAR CON SUS ESPECIFICACIONES

OBJETO: PRESTAR SERVICIOS DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL PUBLICITARIO PARA LAS REDES SOCIALES DE LA LOTERÍA DE BOYACÁ, PARA LA PROMOCIÓN DE SU MARCA, PRODUCTOS Y CAMPAÑAS".

3.1.-ALCANCE: En desarrollo del objeto contractual, el presente contrato tendrá como alcance desarrollar actividades de reel publicitario grabado en 4k con audio profesional, con duración entre (15) segundos un (1) minuto con veinte (20) segundos, que incluyen guion (gancho inicial y desarrollo), acompañamiento fotográfico, grabación, edición, musicalización, efectos visuales, gráficos y textos, entregado en formato apto para la publicación en redes sociales. Para tal efecto, deberá proponer conceptos creativos de producción de contenido audiovisual publicitario, promoción de marca, productos y campañas, dirigidas a los diferentes públicos y canales definidos por la Entidad, atendiendo los lineamientos institucionales y comerciales establecidos por la Subgerencia Comercial y Operativa.

El alcance comprende igualmente el apoyo en la conceptualización de campañas especiales, activaciones, eventos y acciones de promoción comercial asociadas a los sorteos; la generación de propuestas de contenidos y mensajes publicitarios; el seguimiento y

formulación de recomendaciones sobre las estrategias desarrolladas; y la presentación de los documentos, propuestas e informes requeridos por la supervisión para evidenciar la ejecución de las actividades contratadas.

3.1.1.-Condiciones Técnicas Exigidas.

No.	Componente / entregable	Unidad	Cant.	Valor unitario	Valor total
1	Reel publicitario grabado en 4k con audio profesional, con duración entre (15) segundos un (1) minuto con veinte (20) segundos, que incluyen guion (gancho inicial y desarrollo), acompañamiento fotográfico, grabación, edición, musicalización, efectos visuales, gráficos y textos, entregado en formato apto para la publicación en redes sociales)	Entregable mensual	10 Total 20	$300.000	$6.000.000
				VALOR TOTAL	$6.000.000

1. Contar con estudios técnicos y experiencia en publicidad.
2. Tener capacidad creativa de acuerdo con los objetivos publicitarios y de posicionamiento definidos por la Lotería de Boyacá.
3. Garantizar que la marca, productos y campañas desarrolladas se ajusten a los lineamientos de identidad institucional, comunicación y publicidad de la Lotería de Boyacá, así como a las disposiciones legales y reglamentarias aplicables.
4. Disponer de los equipos, herramientas tecnológicas y demás recursos necesarios para el desarrollo de las actividades contratadas, cuando estos no deban ser suministrados por la Entidad.
5. Presentar oportunamente las propuestas, documentos, estrategias, conceptos e informes requeridos por la supervisión, atendiendo las observaciones y ajustes formulados durante la ejecución contractual.

Codificación del bien, obra o servicio según las Naciones Unidas – UNSPSC

Clasificación UNSPSC	Segmento	Familia	Clase	Producto
82101801	82. servicios editoriales, de diseño, de artes gráficas y bellas artes	10. publicidad	18. servicio de agencias de publicidad	01. servicio de campañas publicitarias

3.2.-IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR:

Es un Contrato de Prestación de Servicios Publicitarios.

3.3. CONDICIONES DEL CONTRATO A CELEBRAR

3.3.1.-Plazo de Ejecución: Dos (2) meses contados a partir de la suscripción del acta de inicio o hasta agotar el presupuesto contratado (Lo que primero ocurra), sin exceder el 31 de diciembre de 2026.

3.3.2.-Lugar de Ejecución: Tunja - Boyacá.

3.3.3.-Forma de pago: La Lotería de Boyacá pagará la suma de **SEIS MILLONES DE PESOS M/CTE ($6.000.000),** en pagos parciales**,** incluidos los impuestos, tasas, contribuciones y demás costos a que haya lugar, de la siguiente manera:

a) Un primer pago parcial por valor de TRES MILLONES DE PESOS M/CTE ($3.000.000), **b)** y Un Segundo (2) pago por valor de TRES MILLONES DE PESOS M/CTE ($3.000.000), los pagos están sujetos a agotar el presupuesto contratado (lo primero que ocurra). Los pagos deberán tramitarse dentro de la vigencia fiscal 2026. Para cada uno de los pagos, el contratista deberá presentar la respectiva cuenta de cobro o factura con su respectivo informe que determine las condiciones de tiempo, modo y lugar en que se desarrolló el alcance contractual, evidencias fotográficas, fílmicas y/o auditivas que corroboren de manera amplia y suficiente la realización de cada actividad en su debido tiempo y espacio, certificación de cumplimiento del objeto del contrato por parte del Supervisor y demás documentos que se requieran para el trámite de la cuenta, certificación de pago de los aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y parafiscales en los términos del artículo 50 de la Ley 789 de 2002, los cuales deberán cumplir las previsiones legales y demás documentos requeridos para realizar el pago (RGJ-15 informe de actividades contractuales con la Lotería de Boyacá́ y RGA-17 planilla control y certificación para el pago de proveedores).

3.4. Anticipo / Pago Anticipado: N/A. La Lotería de Boyacá́ en su parte contractual no maneja presupuestalmente la realización de anticipos. De igual manera según la modalidad de contratación y el objeto del contrato que pretende celebrarse no procede la conveniencia de pactarlo.

3.5. Supervisión:

La vigilancia y control del presente contrato estará a cargo del funcionario que para tal efecto designe el (la) Gerente(a) General de la Lotería de Boyacá, en calidad de supervisor(a), quien tendrá la responsabilidad de realizar el seguimiento técnico, administrativo, financiero, jurídico y presupuestal del contrato, velando por la ejecución idónea, oportuna y conforme a lo pactado.

PARÁGRAFO PRIMERO La designación de supervisor podrá ser modificada por la Gerencia General en cualquier momento mediante acto administrativo, garantizando la continuidad en la vigilancia del contrato.

PARÁGRAFO SEGUNDO. La supervisión aquí establecida no exime ni limita la responsabilidad integral del CONTRATISTA frente al cumplimiento de sus obligaciones contractuales, legales y reglamentarias.

3.6. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.

OBLIGACIONES ESPECÍFICAS: Las obligaciones y productos específicos a desarrollar son las siguientes:

1. Elaborar el guion de cada pieza, con gancho inicial, desarrollo y llamado a la acción, y someterlo a aprobación previa del supervisor del contrato.

2. Grabar 20 reels durante el plazo del contrato, a razón de 10 por mes, en resolución 4K y con audio profesional, con una duración entre quince (15) segundos y un (1) minuto

con veinte (20) segundos cada uno.

3. Editar cada reel (musicalización, efectos visuales, gráficos y textos) y entregarlo en formato apto para publicación en redes sociales, previa aprobación del supervisor.

4. Incluir en todas las piezas, menciones y publicaciones de la Lotería de Boyacá.

5. Utilizar únicamente música, imágenes y demás recursos que cuenten con licencia de uso, cuyo costo asume el contratista.

6. Ceder a la Lotería de Boyacá los derechos patrimoniales de autor sobre las piezas producidas y el material en bruto, para su uso sin limitación de tiempo, medio o territorio.

7. Suministrar por su cuenta los equipos audiovisuales (cámaras, lentes, iluminación, audio y edición) necesarios para ejecutar el contrato.

8. Entregar al finalizar cada mes un informe con las piezas entregadas, sus enlaces de publicación y las métricas de alcance e interacción disponibles, como soporte para el pago.

OBLIGACIONES GENERALES:

1.-Cumplir con el objeto del presente contrato, obligaciones, condiciones jurídicas, técnicas, económicas, y demás términos y estipulaciones del contrato, la propuesta y el estudio previo en las condiciones de calidad, oportunidad e idoneidad, dentro de los principios y conceptos éticos de pulcritud y oportunidad que la comunidad espera y la ley y las buenas costumbres exigen a todo contratista del Estado; así como con las obligaciones definidas, incluyendo su Anexo Técnico y propuesta, y obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales, evitando dilaciones y trabamientos.
2.-Acatar de manera oportuna las instrucciones y las recomendaciones que durante el desarrollo del contrato se le impartan a través del supervisor; siempre y cuando estas no impliquen modificación al contrato.
3.-Cumplir con las obligaciones frente al sistema de salud, pensiones y riesgos laborales.
4.-Entregar los informes y productos requeridos de acuerdo con lo estipulado en el contrato y los que le solicite el supervisor para el control y supervisión en el desarrollo y ejecución del contrato.
5.-No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la Ley con el fin de hacer u omitir algún hecho.
6.-El contratista será responsable ante las autoridades de los actos u omisiones en el ejercicio de las actividades que desarrolle en virtud del contrato, cuando con ellos cause perjuicio a la Administración o a terceros.
7.-Guardar la debida reserva de los asuntos que conozca con ocasión de la ejecución del objeto contractual, así como de todos aquellos relacionados con el mismo.
8.-Autorizar el descuento de las estampillas a que haya lugar, los cuales serán descontados en el pago y/o factura.
9.-El contratista, una vez firmado el contrato, debe reunirse con el supervisor del contrato, para suscribir acta de inicio.
10.-Una vez finalizado el contrato, el contratista debe reunirse con el supervisor para suscribir el acta de terminación y liquidación.
11.-Las demás que se deriven de la naturaleza del contrato.

OBLIGACIONES DE LA LOTERÍA DE BOYACÁ

1.-Efectuar las apropiaciones presupuestales para el pago de dicha contratación.
2.-Suministrar al contratista el Manual de Imagen Institucional, la información de los sorteos y los lineamientos comerciales necesarios para la ejecución del contrato.
3.-Efectuar el pago oportunamente según lo pactado.
4.-Realizar la supervisión del contrato.
5.-Suministrar la información que se requiera para el desarrollo del objeto contractual.
6.-Informar con anticipación las modificaciones que deban hacerse al contrato.
7.-Resolver las peticiones presentadas por el contratista en los términos consagrados por la ley.
8.-Publicar el contrato en el SECOP y Sia Observa.

4. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACIÓN, INCLUYENDO LOS FUNDAMENTOS JURÍDICOS.

Esta contratación se realizará de conformidad a los principios del artículo 209 de la Constitución Política de Colombia de 1991 y su modalidad de contratación directa de acuerdo con lo establecido en el numeral 3 del artículo 30 del Acuerdo 010 de 2022 – Manual de Contratación de la Lotería de Boyacá, modificado por el artículo segundo del Acuerdo 010 de 2025.

La causal resulta aplicable por cuanto el objeto comprende servicios propios de agencia de publicidad (UNSPSC 82101801 – Servicio de campañas publicitarias), consistentes en la conceptualización y desarrollo de los conceptos creativos, mensajes, líneas de comunicación y campañas con los que la Entidad promociona su marca, productos y campañas: la producción de contenido audiovisual publicitario. Se trata, en consecuencia, de un contrato cuyo objeto se relaciona directamente con la publicidad de los productos comerciales de la Lotería de Boyacá, incluye la producción de piezas, la difusión en las redes sociales. Adicionalmente, el valor del contrato es inferior a cien (100) SMMLV, rango previsto en el artículo 29 del Manual de Contratación para la contratación directa.

Cada contrato suscrito tiene como sustento una necesidad operativa concreta previamente analizada y documentada, enmarcada dentro de los principios de economía, eficiencia y eficacia, garantizando así la transparencia y el uso adecuado de los recursos.

Adicionalmente la modalidad de contratación de publicidad de la Lotería de Boyacá, de conformidad con el acuerdo 010 de 2022 modificado por el Acuerdo 10 de 2025 y en desarrollo de lo dispuesto por el artículo 14 de la ley 1150 del 2007 modificado por el artículo 93 de la ley 1474 de 2011, establece que las Empresas Industriales y Comerciales del Estado que desarrollen actividades en competencia con el sector privado y/o público, se regirán por las disposiciones legales y reglamentarias aplicables a sus actividades y comerciales, lo que nos cataloga como un régimen especial.

El artículo 13 de la ley 1150 de 2007, modificado por el artículo 53 de la ley 2195 de 2022, indica que las entidades estatales que, por disposición legal, cuenten con un régimen excepcional al del Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, como en nuestro caso, aplicarán en el desarrollo de su actividad contractual, su propio manual. Lo anterior, sin prejuicios de la función pública y la gestión fiscal a que se refieren los artículos 209 y 267 de la Constitución Política, así como el régimen de inhabilidades e incompatibilidades señaladas por las Ley.

La Lotería de Boyacá a través de su Manual de Contratación establece controles y procedimientos que garantizan la adecuada aplicación de las diferentes modalidades de contratación y demás disposiciones sobre el ejercicio de sus funciones.

En función de las actividades industriales y comerciales de la entidad, se establecen procesos y procedimientos expeditos en aplicación de los principios de economía, celeridad y transparencia, como se establece en concreto en el artículo 30 de su Manual de Contratación, en cuanto a que se estipula que no se tendrá en cuenta la cuantía para contratar a través de forma directa los contratos cuyo objeto se relacionen a publicidad de los productos comerciales de la Lotería de Boyacá.

Por lo tanto, la contratación por esta causal se adelanta de manera directa, sin convocatoria pública, previa verificación de la idoneidad y experiencia del contratista y de la razonabilidad del precio frente a las condiciones del mercado.

5. PRESUPUESTO OFICIAL

En cuanto al aspecto económico del contrato se determinó un presupuesto oficial de **SEIS MILLONES DE PESOS M/CTE ($6.000.000),** y todos los tributos de orden nacional y departamental autorizados por la Ley que se generen con ocasión de la celebración, ejecución y liquidación del contrato, lo anterior para dar cumplimiento al plan operativo de comercialización 2026 y con el fin de atender actividades misionales propias de la Empresa. La suma anterior se obtiene de la información contenida en el estudio de mercado y en el análisis del sector.

Para el cumplimiento del objeto derivado del presente proceso de contratación se expidió el certificado de disponibilidad presupuestal. **No. 14606 de fecha 21/10/2026 Rubro 245020801 Publicidad.**

6. LOS CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA

El presente proceso se tramita bajo la modalidad de contratación directa, de conformidad con lo previsto en el numeral 3 del artículo 30 del Acuerdo 010 de 2022, modificado por el artículo segundo del Acuerdo 010 de 2025, en virtud de tratarse de un contrato de publicidad, causal que opera sin consideración de la cuantía.

Para la selección del contratista, la Entidad, en observancia de los principios de planeación, transparencia, responsabilidad, economía y eficacia, verificó el cumplimiento de los requisitos habilitantes establecidos en el artículo 20 del Manual de Contratación.

El proponente acredita condiciones técnicas suficientes para desarrollar las actividades objeto del contrato, incluyendo disponibilidad de personal, equipos, medios y experiencia específica en la producción de contenido audiovisual publicitario.

Revisada la lista de chequeo documental, se constató que el proponente no se encuentra incurso en causal alguna de inhabilidad o incompatibilidad que le impida contratar con la Lotería de Boyacá, cumpliendo las exigencias legales y reglamentarias vigentes.

El proponente allegó la documentación requerida para acreditar su capacidad jurídica, financiera y técnica, en concordancia con las exigencias del presente estudio previo.

El contratista acredita experiencia específica y suficiente para garantizar el cumplimiento del objeto contractual.

En mérito de lo anterior, y con fundamento en la causal de contratación directa aplicable, la Entidad determinó que el proponente reúne las condiciones para ejecutar el contrato, resultando procedente su selección.

6.1.-REQUISITOS HABILITANTES

De conformidad con lo establecido en el Manual de Contratación de la Lotería de Boyacá, modificado mediante el Acuerdo 010 de 2025, y teniendo en cuenta que el presente proceso se adelantará bajo la modalidad de contratación directa, la selección del contratista se fundamenta en la verificación de la idoneidad, experiencia y condiciones de calidad y precio ofrecidas por los posibles proveedores.

6.1.1.-Requisitos Jurídicos habilitantes. Tratándose de una persona natural, el interesado deberá acreditar su capacidad jurídica mediante copia del documento de identidad del representante legal, el certificado de existencia y representación legal expedido por la cámara de comercio, con fecha de expedición no superior a treinta (30) días y con la actividad económica de publicidad debidamente inscrita, el Registro Único Tributario y la ausencia de inhabilidades e incompatibilidades para contratar con el Estado, verificada mediante la consulta de antecedentes disciplinarios y fiscales de la persona natural y de su representante legal, y de antecedentes judiciales, de medidas correctivas, del Registro de Deudores Alimentarios Morosos, inhabilidades por delitos sexuales contra menores de 18 años (Ley 1918 de 2018) del representante legal. Deberá igualmente diligenciarse la lista de verificación documental del formato RGJ-18, con sus anexos. Se verificará el resultado de la consulta en listas de control del Sistema de Administración de Riesgo de LA/FT/FPADM, cuyo apartado reservado a la Entidad en el formato RGC-25 deberá encontrarse debidamente suscrito por la Oficial de Cumplimiento con anterioridad a la suscripción del contrato.

6.1.2.-Requisitos Financieros Habilitantes (N/A)

6.1.3.-Requisitos Técnicos Habilitantes. El interesado deberá acreditar estudios técnicos, experiencia específica mediante la presentación de mínimo una (1) certificación correspondiente a un contrato ejecutado y terminado, cuyo objeto contractual sea igual o guarde relación directa con el objeto de la presente contratación. El contrato acreditado deberá contar con un plazo de ejecución y un valor iguales o superiores al cincuenta por ciento (50%) del plazo y valor estimados para la presente contratación, respectivamente. La certificación deberá indicar entidad o persona contratante, número del contrato, objeto, valor, plazo y fecha de terminación, y dar cuenta del cumplimiento a satisfacción o acompañarse del acta de liquidación correspondiente. La Entidad podrá verificar la información acreditada y solicitar al proponente copia del contrato, de las facturas electrónicas o de los demás soportes de su ejecución. Este requisito responde a la naturaleza del objeto y a la necesidad de garantizar su correcta ejecución, y resulta proporcional a la cuantía del contrato y a su plazo de ejecución, inferior a tres (3) meses.

La experiencia acreditada se relaciona así:

ENTIDAD CONTRATANTE	OBJETO	VALOR	PLAZO	FECHA DE TERMINACIÓN
GRUPO PRO- LISETH NATALIA QUEVEDO MEJÍA- C.C. 1.049.651.175, en calidad de propietaria	Producción de contenido audiovisual tipo reels para las redes sociales de GRUPO PRO: guion, grabación, edición y entrega para publicación.	$5.250.000 (cinco millones doscientos cincuenta mil pesos m/cte.)	Junio de 2026 al 25 de Octubre de 2026	25 de Octubre de 2026

6.2.-CRITERIOS DE PONDERACIÓN Y/O MECANISMO PARA SELECCIONAR LA OFERTA MÁS FAVORABLE (N/A)

Al tratarse de una contratación directa conforme a lo dispuesto en el numeral 4 del presente documento, no se realiza una comparación entre múltiples propuestas ni se aplica un sistema de puntaje. No obstante, se efectuó un análisis técnico, jurídico y económico con base en la documentación allegada, a fin de verificar que la oferta presentada responde adecuadamente a las necesidades de la entidad y cumple con los principios de idoneidad, oportunidad y legalidad que rigen la contratación pública.

La propuesta fue presentada por el proponente YEISON FERNANDO VARGAS AMAYA identificado con Cédula de Ciudadanía No. 1.057.184.378 de Tunja- Boyacá, con inscripción vigente en la Cámara de Comercio y Registro Único Tributario – RUT con actividad económica 7310 (publicidad). El oferente tiene domicilio en la Ciudad de Tunja, y para efectos contractuales ha señalado como datos de contacto el correo electrónico fotografiayeisonamaya@gmail.com y el número de celular 3142257793.

Cumplimiento de requisitos legales y habilitación proponente para contratar: Se acredita experiencia específica en la prestación de servicios de publicidad. Se adjuntó certificación expedida por GRUPO PRO que da cuenta de la ejecución y liquidación a entera satisfacción del Contrato de Prestación de Servicios No. 001 de 2026, por valor de $5.250.000 (cinco millones doscientos cincuenta mil pesos m/cte.) y plazo de Tres (3) meses, Veinticinco (25) Días, (Junio a 25 de Octubre de 2026), cuyo objeto guarda relación directa con el de la presente contratación, lo cual demuestra su capacidad técnica en la producción de contenido audiovisual para redes sociales.

verificó que el oferente cuenta con RUT actualizado, certificado de Cámara de Comercio vigente, certificación de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y parafiscales (artículo 50 de la Ley 789 de 2002) y documentación exigida para procesos contractuales, incluyendo la declaración de inhabilidades e incompatibilidades, autorización de tratamiento de datos, formatos del sistema SARLAFT, certificación bancaria, y constancia de registro en la plataforma SECOP II. Oportunidad y capacidad de ejecución: Se evidenció que el contratista cuenta con disponibilidad para ejecutar el servicio en los plazos definidos por la entidad, ofreciendo condiciones que garantizan el cumplimiento oportuno del objeto contractual.

7. LAS GARANTÍAS QUE LA ENTIDAD ESTATAL CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN.

Debido al objeto que pretende contratarse y la forma de pago establecida en el presente documento no se hará exigible ningún tipo de garantía según artículo 34 del acuerdo 010 de2022.

8. LA INDICACIÓN DE SI EL PROCESO DE CONTRATACIÓN ESTÁ COBIJADO POR UN ACUERDO COMERCIAL. (N/A)

El proceso a contratarse por tratarse de la modalidad de *contratación directa* no requiere de la realización de análisis para evidenciar si el proceso está cobijado por un acuerdo comercial.

En consecuencia, este contrato se rige por el ordenamiento jurídico interno aplicable a las empresas industriales y comerciales del Estado, observando los principios de transparencia,

economía, eficiencia, responsabilidad y selección objetiva.

8.1.-ANÁLISIS DE RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO

Tomando como referente metodológico el Decreto 1082 de 2015, el riesgo es un evento que puede generar efectos adversos y de distinta magnitud en el alcance de los objetivos del Proceso de Contratación o en la Ejecución del Contrato.

Los artículos 2.2.1.1.1.6.1 y 2.2.1.1.1.6.3 del decreto 1082 de 2015 establecen la obligación de las entidades estatales de realizar, dentro de la etapa de planeación, el análisis del riesgo, para lo cual se estable los siguientes riesgos previsibles y con su respectivo tratamiento.

A continuación, la Lotería de Boyacá evalúa los Riesgos que el proceso de Contratación representa para el cumplimiento del alcance contractual así:

MATRIZ DE RIESGOS

°N	CLASE	FUENTE	ETAPA	TIPO	DESCRIPCIÓN (QUÉ PUEDE PASAR Y, CÓMO PUEDE OCURRIR)	CONSECUENCIA DE LA OCURRENCIA DEL EVENTO	PROBABILIDAD	IMPACTO	CALIFICACIÓN TOTAL	PRIORIDAD
1	GENERAL	INTERNO	EJECUCIÓN	FINANCIEROS	MODIFICACIÓN RÉGIMEN DE IMPUESTOS APLICABLES AL CONTRATO Y/O A TERCEROS.	INCREMENTO EN LOS VALORES DEDUCIBLES POR IMPUESTOS AL CONTRATO.	2	1	3	RIESGO BAJO
2	ESPECIFICO	INTERNO	EJECUCIÓN	OPERACIONAL	FALTA DE ENTENDIMIENTO ENTRE LA EMPRESA Y EL CONTRATISTA SOBRE CRONOGRAMAS Y/O ALCANCE DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO, E INCUMPLIMIENTO DEL OBJETO	RETRASO EN LAS ACTIVIDADES DEL PROYECTO O CONTRATO PARA SU TERMINACIÓN DENTRO DE LOS PLAZOS ESTABLECIDOS EN CRONOGRAMA.	3	2	5	RIESGO MEDIO
3	GENERAL	INTERNA	EJECUCIÓN	REPUTACIONAL	DIFUSIÓN INADECUADA O MANIPULACIÓN DE LA PUBLICIDAD DE LA CAMPAÑA	AFECTACIÓN REPUTACIONAL A LA ENTIDAD	2	3	5	RIESGO MEDIO
4	ESPECIFICO	INTERNO	PLANEACIÓN/EJECUCIÓN	OPERACIONAL/CONTRACTUAL	RETRASOS EN LA ENTREGA DE PIEZAS PUBLICITARIAS	RETRASO EN LAS ACTIVIDADES DE PUBLICIDAD	2	3	5	RIESGO MEDIO

MATRIZ DE RIESGOS (CONTINUACIÓN)

°N	¿A QUIÉN SE LE ASIGNA?	TRATAMIENTO/CONTROLES A SER IMPLEMENTADOS	IMPACTO DESPUÉS DEL TRATAMIENTO				¿AFECTA EL EQUILIBRIO ECONÓMICO DEL CONTRATO?	PERSONA RESPONSABLE POR IMPLEMENTAR EL TRATAMIENTO	MONITOREO Y REVISIÓN	
			PROBABILIDAD	IMPACTO	CALIFICACIÓN TOTAL	CATEGORÍA			¿CÓMO SE REALIZA EL MONITOREO?	PERIODICIDAD ¿CUÁNDO?
1	CONTRATISTA	ASEGURAR UN MARGEN DE GANANCIA QUE MITIGUE EL IMPACTO EN CASO DE OCURRIR.	2	1	3	RIESGO BAJO	NO	PERSONAL ADMINISTRATIVO CONTRATISTA.	CONSULTA NORMAS LEGALES VIGENTES.	SEMANAL

ESTUDIOS PREVIOS

2	CONTRATISTA	FICHA ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS CON DESCRIPCIÓN CLARA DEL ALCANCE / ELABORACIÓN, SEGUIMIENTO Y ESTRICTO CUMPLIMIENTO DEL CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y/O ALCANCE CONTRACTUAL.	2	1	3	RIESGO BAJO	NO	CONTRATISTA.	ANÁLISIS Y REVISIÓN EN REUNIÓN DE INICIO Y SEGUIMIENTO	INICIO DEL CONTRATO
3	CONTRATISTA	ENTREGA DE PIEZAS PREVIAMENTE APROBADAS; SUPERVISIÓN ESTRICTA	2	4	6	RIES	SI	PERSONAL ADMINISTRATIVO CONTRATISTA	REVISIÓN DURANTE LA PRODUCCIÓN	DIARIA
4	CONTRATISTA	CRONOGRAMA DETALLADO DE ENTREGA DE PIEZAS PUBLICITARIAS CON HITOS DE REVISIÓN Y APROBACIÓN PREVIA POR LA SUPERVISIÓN; ALERTAS TEMPRANAS ANTE INCUMPLIMIENTO DEL CRONOGRAMA	2	1	3	RIESGO BAJO	SI	SUPERVISOR DEL CONTRATO	SEGUIMIENTO A LA PRODUCCIÓN DEL CONTENIDO RELLS	EN LA ETAPA DE EJECUCIÓN

IMPACTO RIESGO						
IMPACTO						
CALIFICACIÓN CUALITATIVA		OBSTRUYE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO DE MANERA INTRASCENDENTE.	DIFICULTA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO DE MANERA BAJA, APLICANDO MEDIDAS MÍNIMAS SE PUEDEN LOGRAR EL OBJETO CONTRACTUAL	AFECTA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO SIN ALTERAR EL BENEFICIO PARA LAS PARTES	OBSTRUYE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO SUSTANCIALMENTE PERO AUN ASÍ PERMITE LA CONSECUCIÓN DEL OBJETO CONTRACTUAL	PERTURBA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO DE MANERA GRAVE IMPOSIBILITANDO LA CONSECUCIÓN DEL OBJETO CONTRACTUAL.
CALIFICACIÓN MONETARIA		LOS SOBRECOSTOS NO REPRESENTAN MÁS DEL UNO POR CIENTO (1%) DEL VALOR DEL CONTRATO.	LOS SOBRECOSTOS NO REPRESENTAN MÁS DEL CINCO POR CIENTO (5%) DEL VALOR DEL CONTRATO.	GENERA UN IMPACTO SOBRE EL VALOR DEL CONTRATO ENTRE EL CINCO (5%) Y EL QUINCE POR CIENTO (15%).	INCREMENTA EL VALOR DEL CONTRATO ENTRE EL QUINCE (15%) Y EL TREINTA POR CIENTO (30%).	IMPACTO SOBRE EL VALOR DEL CONTRATO EN MÁS DEL TREINTA POR CIENTO (30%).
		INSIGNIFICANTE	**MENOR**	**MODERADO**	**MAYOR**	**CATASTROFICO**
CATEGORÍA	**VALORACIÓN**	1	2	3	4	5
RARO (PUEDE OCURRIR EXCEPCIONALMENTE)	1	2	3	4	5	6
IMPROBABLE (PUEDE OCURRIR OCASIONALMENTE)	2	3	4	5	6	7
POSIBLE (PUEDE OCURRIR EN CUALQUIER MOMENTO FUTURO)	3	4	5	6	7	8
PROBABLE (PROBABLEMENTE VA A OCURRIR)	4	5	6	7	8	9
CASI CIERTO (OCURRE EN LA MAYORÍA DE CIRCUNSTANCIAS)	5	6	7	8	9	10
VALORACIÓN DEL RIESGO	**CATEGORÍA**					
8, 9 Y 10	RIESGO EXTREMO					
6 Y 7	RIESGO ALTO					
5	RIESGO MEDIO					
2, 3 Y 4	RIESGO BAJO					

9. ANEXOS:

- ✓ RGJ-19 proceso de contratación persona Natural.
- ✓ Propuesta económica.
- ✓ RGA-28 Certificado Plan Anual de Adquisiciones.
- ✓ RGF-01 Certificado de Disponibilidad Presupuestal CDP.
- ✓ Copia cédula de ciudadanía representante legal.
- ✓ RGS-10 Autorización para el tratamiento de datos personales.
- ✓ RGJ-24 Consulta Sarlaft.
- ✓ Certificado de existencia y representación legal- cámara de comercio.
- ✓ Soporte trayectoria persona natural.
- ✓ RUT de la persona natural.
- ✓ Certificado Bancario persona natural.
- ✓ Certificación de aportes al Sistema de Seguridad Social Integral y parafiscales (art. 50 Ley 789 de 2002) o planilla.

- ✓ Certificado de antecedentes fiscales de persona natural.
- ✓ Certificado antecedentes disciplinarios de persona natural.
- ✓ Certificado de antecedentes judiciales.
- ✓ Certificado de medidas correctivas.
- ✓ Certificado REDAM.
- ✓ Consulta de inhabilidades delitos sexuales contra menores de 18 años.
- ✓ Certificados de estudios técnicos.
- ✓ Certificado de experiencia.

LAURA MELISSA GONZÁLEZ CRUZ
Subgerente Comercial y Operativo

Elaboró: William Z/ Profesional de Apoyo Sub. Comercial y Operativa
Revisó: Laura Melissa González Cruz