

	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

En desarrollo de lo señalado en los numerales 7 y 12 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993, y en cumplimiento a lo dispuesto en las normas vigentes sobre contratación de entidades no sometidas al estatuto general de contratación pública, que rigen a TELEPACIFICO, en su condición de Empresa Industrial y Comercial del Estado del orden territorial, y teniendo en cuenta su naturaleza de prestadora de servicios de Televisión en la Región del Occidente Colombiano y en especial considerando que la Sociedad de Televisión del Pacífico está regida por un Régimen especial dada su naturaleza de E.I.C.E prestadora de servicios de Televisión Ley 182 de 1995, que en su artículo 37 numeral 3º consagra: “...Los canales regionales de televisión serán sociedades entre entidades públicas organizadas como empresas industriales y comerciales del Estado, vinculadas a la comisión nacional de televisión, y podrán pertenecer al orden nacional o departamental, según lo determinen las juntas administradoras regionales en sus estatutos. Los actos y contratos de los canales regionales de televisión, en materia de producción, programación, comercialización y en general sus actividades comerciales, en cumplimiento de su objeto social se regirán por las normas del derecho privado...(subrayado y en negrillas fuera de texto)” Además en el artículo 14 de la Ley 1150 de 2007 la cual fue modificada por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011 que al respecto reza: “...estarán sometidas al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, con excepción de aquellas que desarrollen actividades comerciales en competencia con el sector privado y/o público, nacional o internacional o en mercados regulados, caso en el cual se regirán por las disposiciones legales y reglamentarias aplicables a sus actividades económicas y comerciales...(subrayado y en negrillas fuera de texto)”, soportada esta contratación en los estatutos internos de Telepacífico y en especial lo contenido en esta materia en los siguientes: Resolución No. 259 de 2016 “Por medio de la cual se deroga la Resolución No. 196 del 28 de julio 27 de 2014 y se expide el nuevo manual de contratación de la sociedad de televisión del pacífico Ltda. – Telepacífico”.

Actuando en mi condición de Director de Comercialización y Mercadeo de TELEPACIFICO Ltda., y en virtud del principio de planeación y según la naturaleza del contrato se deben realizar estudios de factibilidad del proyecto pretendido en procura de obtener los resultados esperados.

El Presente estudio se elabora de acuerdo con lo señalado en el artículo 13 de la Resolución 259 de 2016, anexo 1, MANUAL DE CONTRATACIÓN DE TELEPACÍFICO y se desarrolla en los siguientes términos:

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE LA ENTIDAD ESTATAL PRETENDE SATISFACER CON EL PROCESO DE CONTRATACIÓN:

La SOCIEDAD TELEVISIÓN DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO, sociedad organizada como Empresa Industrial y Comercial del Estado del Orden Departamental, con domicilio en la ciudad de Santiago de Cali, constituida mediante Escritura Pública No 1712 del 8 de agosto de 1986 de la Notaría Sexta del Círculo de Cali y modificada por las siguientes Escrituras Públicas: La No 1754 del 27 de junio de 1988 Notaría sexta, la No 5330 de noviembre 24 de 1995 notaría sexta la Escritura Pública No 4903 de diciembre 12 de 1996, Escritura pública 4838 diciembre 30 de 1999, Escritura pública 3450 septiembre 25 de 2001, Escritura pública No 2107 julio 29 de 2003 notaría octava, Escritura pública No 4996 diciembre 22 de 2003 Notaría Novena, Escritura Pública No 831 de marzo 2 de 2005 notaría trece, Escritura Publica No 595 de la Notaría Sexta del Círculo de Cali, inscrita en Cámara de Comercio el día 30 de noviembre de 1995, bajo el No 09685 del Libro IX, tiene dentro de su



	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

objeto la ejecución de todas las actividades previas, concomitantes y posteriores para producir y emitir televisión regional. En el cumplimiento del objeto social, la entidad podrá celebrar todos los contratos requeridos directa o indirectamente para el desarrollo de sus actividades comerciales.

Corresponde a La Dirección de Comercialización y Mercadeo de LA SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO realizar todas las gestiones necesarias para lograr el cumplimiento del plan de mercadeo y de los presupuestos de ingresos del Canal Regional, asegurar el cumplimiento de las funciones y la prestación de los servicios relativos a dicha gestión.

LA SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA, requiere contar un una persona natural o jurídica para que comercialice sus productos y espacios comerciales. Para tal fin se hace necesario que la SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA, contrate a través de una invitación pública una persona natural o jurídica idónea de probada experiencia en el campo para promover y ejecutar la acción de ventas a los clientes de los productos que comercializa Telepacífico, a saber: pauta publicitaria.

2. OBJETO A CONTRATAR:

2.1. OBJETO: Comercializar y vender la pauta publicitaria en el Canal Regional Telepacífico.

2.2. ESPECIFICACIONES TECNICAS O ALCANCE DEL OBJETO: Ofrecer y vender el portafolio de pauta de Telepacífico de acuerdo con las tarifas fijadas y metas para cada una de las opciones comerciales.

La meta establecida para venta de pauta es de MIL SEIS CIENTOS CUARENTA Y CINCO MILLONES DE PESOS (\$1.645.000.000.00)



SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO
 NIT. 890.331.524 – 7
 DIRECCION DE COMERCIALIZACION

FECHA

ESTUDIOS PREVIOS

ENERO DE 2020

TARIFAS PAUTA 2020

(COMERCIALIZACION REGIONAL) EN PROGRAMACION TIPO BREAK, A Y B

COMERCIALES SÓLIDOS - (MT)

DURACIÓN	BREAK			TIPO A (TARDES DEL SOL - TP DEPORTES)			TIPO B (RESTO DE PROGRAMACION)		
	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA
5 SEGUNDOS	MT3001	\$ 96.149	\$ 114.417	MT1001	\$ 64.100	\$ 73.932	MT2001	\$ 33.529,48	\$ 39.900
10 SEGUNDOS	MT3002	\$ 192.298	\$ 228.834	MT1002	\$ 128.198	\$ 147.863	MT2002	\$ 67.058,95	\$ 79.800
15 SEGUNDOS	MT3003	\$ 288.447	\$ 343.252	MT1003	\$ 192.298	\$ 221.795	MT2003	\$ 100.588,43	\$ 119.700
20 SEGUNDOS	MT3004	\$ 384.596	\$ 457.669	MT1004	\$ 256.398	\$ 295.725	MT2004	\$ 134.117,90	\$ 159.600
25 SEGUNDOS	MT3005	\$ 480.743	\$ 572.085	MT1005	\$ 320.498	\$ 369.657	MT2005	\$ 167.647,38	\$ 199.500
30 SEGUNDOS	MT3006	\$ 576.893	\$ 686.503	MT1006	\$ 384.595	\$ 443.588	MT2006	\$ 201.176,86	\$ 239.400
35 SEGUNDOS	MT3007	\$ 673.042	\$ 800.920	MT1007	\$ 448.694	\$ 517.520	MT2007	\$ 234.706,33	\$ 279.301
40 SEGUNDOS	MT3008	\$ 769.190	\$ 915.336	MT1008	\$ 512.794	\$ 591.452	MT2008	\$ 268.235,81	\$ 319.201
45 SEGUNDOS	MT3009	\$ 865.339	\$ 1.029.754	MT1009	\$ 576.892	\$ 665.383	MT2009	\$ 301.764,25	\$ 359.099
50 SEGUNDOS	MT3010	\$ 961.489	\$ 1.144.172	MT1010	\$ 640.992	\$ 739.314	MT2010	\$ 335.293,72	\$ 399.000
55 SEGUNDOS	MT3011	\$ 1.057.637	\$ 1.258.588	MT1011	\$ 705.091	\$ 813.245	MT2011	\$ 368.823,20	\$ 438.900
60 SEGUNDOS	MT3012	\$ 1.153.786	\$ 1.373.005	MT1012	\$ 769.190	\$ 887.177	MT2012	\$ 402.352,67	\$ 478.800

OTRAS MODALIDADES - (COMERCIALIZACION REGIONAL)

OTRAS MODALIDADES DE PAUTA

APLICA PARA TIPO A y TIPO B	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA
SECCION COMERCIAL (Entrevista 3 Minutos)	MT4009	\$ 652.089	\$ 1.013.988
NOTA PATROCINADA (1 MINUTO)	MT4008	\$ 1.067.256	\$ 1.270.035
TEMA CENTRAL (Entrevista durante el programa)	MT4010	\$ 1.888.113	\$ 2.246.854
ALTOCONTRASTE O SOBREMPOSICION (10 Segundos)	MT4011	\$ 178.218	\$ 212.080
ALTOCONTRASTE O SOBREMPOSICION (20 Segundos)	MT4012	\$ 355.041	\$ 422.498
ALTOCONTRASTE O SOBREMPOSICION (30 Segundos)	MT4013	\$ 530.594	\$ 631.407
GENERADOR DE CRÉDITOS PATROCINADO	MT4014	\$ 130.143	\$ 154.871
COMERCIAL INTRUSO	MT4015	\$ 211.704	\$ 251.928
PRODUCT PLACEMENT (30 Minutos de Programa)	MT4016	\$ 1.272.767	\$ 1.514.592
PRODUCT PLACEMENT (60 Minutos de Programa)	MT4017	\$ 2.545.660	\$ 3.029.335
COMERCIALES EN VIVO (Hasta de 1 Minuto)	MT4018	\$ 585.137	\$ 696.313
PATROCINIO DE PROGRAMA INOUT x DIA (5 Segundos)	MT4019	\$ 121.011	\$ 144.003
PATROCINIO DE SECCION (5 Segundos)	MT4020	\$ 150.565	\$ 179.172
LOGO PAUTA (WIPE) (10 Segundos)	MT4021	\$ 257.750	\$ 306.722
MENCIONES COMERCIALES 10 SEGUNDOS	MT4007	\$ 118.347	\$ 140.832
MENCIONES COMERCIALES 20 SEGUNDOS	MT4005	\$ 235.425	\$ 280.155
MENCIONES COMERCIALES 30 SEGUNDOS	MT4006	\$ 353.645	\$ 420.837



SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO
NIT. 890.331.524 – 7
DIRECCION DE COMERCIALIZACION

FECHA

ESTUDIOS PREVIOS

ENERO DE 2020

**TARIFAS PAUTA 2020 (COMERCIALIZACIÓN NACIONAL) EN PROGRAMACION TIPO BREAK, A Y B
COMERCIALES SÓLIDOS**

DURACIÓN	BREAK			TIPO-A (TARDES DEL SOL - TP DEPORTES)			TIPO- B (RESTO DE PROGRAMACION)		
	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA
5 SEGUNDOS	MT6001	\$ 110.571	\$ 131.579	MT 6013	\$ 73.715	\$ 87.720	MT6025	\$ 38.559	\$ 45.885
10 SEGUNDOS	MT6002	\$ 221.144	\$ 263.161	MT6014	\$ 147.428	\$ 175.440	MT6026	\$ 77.117	\$ 91.769
15 SEGUNDOS	MT6003	\$ 331.714	\$ 394.739	MT 6015	\$ 221.142	\$ 263.159	MT6027	\$ 115.877	\$ 137.655
20 SEGUNDOS	MT6004	\$ 442.285	\$ 526.319	MT 6016	\$ 294.856	\$ 350.879	MT6028	\$ 154.235	\$ 183.540
25 SEGUNDOS	MT6005	\$ 552.855	\$ 657.896	MT 6017	\$ 368.571	\$ 438.599	MT6029	\$ 192.794	\$ 229.425
30 SEGUNDOS	MT6006	\$ 663.427	\$ 789.479	MT 6018	\$ 442.285	\$ 526.319	MT6030	\$ 231.353	\$ 275.310
35 SEGUNDOS	MT6007	\$ 773.999	\$ 921.059	MT 6019	\$ 515.999	\$ 614.039	MT6031	\$ 269.912	\$ 321.195
40 SEGUNDOS	MT6008	\$ 884.569	\$ 1.052.637	MT 6020	\$ 589.712	\$ 701.757	MT6032	\$ 308.471	\$ 367.080
45 SEGUNDOS	MT6009	\$ 995.140	\$ 1.184.217	MT 6021	\$ 663.425	\$ 789.477	MT6033	\$ 347.029	\$ 412.985
50 SEGUNDOS	MT6010	\$ 1.105.712	\$ 1.315.797	MT 6022	\$ 737.140	\$ 877.196	MT6034	\$ 385.588	\$ 458.850
55 SEGUNDOS	MT6011	\$ 1.216.283	\$ 1.447.376	MT 6023	\$ 810.855	\$ 964.918	MT6035	\$ 42.415	\$ 50.474
60 SEGUNDOS	MT6012	\$ 1.326.854	\$ 1.578.956	MT 6024	\$ 884.569	\$ 1.052.637	MT6036	\$ 462.706	\$ 550.620

OTRAS MODALIDADES (COMERCIALIZACIÓN NACIONAL)

OTRAS MODALIDADES DE PAUTA

APLICA PARA TIPO A y TIPO B	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA
SECCION COMERCIAL (Entrevista 3 Minutos)	MT5005	\$ 2.262.525	\$ 2.692.405
NOTA PATROCINADA (1 MINUTO)	MT5006	\$ 1.346.203	\$ 1.601.982
ALTOCONTRASTE O SOBREMPOSICION(10 Segundos)	MT5008	\$ 213.558	\$ 254.134
ALTOCONTRASTE O SOBREMPOSICION(20 Segundos)	MT5009	\$ 425.444	\$ 506.278
ALTOCONTRASTE O SOBREMPOSICION(30 Segundos)	MT5010	\$ 635.811	\$ 756.615
GENERADOR DE CRÉDITOS PATROCINADO	MT5011	\$ 155.951	\$ 185.582
COMERCIAL INTRUSO	MT5012	\$ 253.685	\$ 301.885
PRODUCT PLACEMENT (30 Minutos de Programa)	MT5013	\$ 1.525.156	\$ 1.814.936
PRODUCT PLACEMENT (60 Minutos de Programa)	MT5014	\$ 3.050.465	\$ 3.630.053
COMERCIALES EN VIVO (Hasta de 1 Minuto)	MT5001	\$ 701.170	\$ 834.392
PATROCINIO DE PROGRAMA IN/OUT x DIA (5 Segundos)	MT5002	\$ 145.008	\$ 172.559
PATROCINIO DE SECCION (5 Segundos)	MT5003	\$ 180.422	\$ 214.702
LOGO PAUTA (WIPE) (10 Segundos)	MT5004	\$ 311.233	\$ 370.367
MENCIONES COMERCIALES 10 SEGUNDOS	MT5015	\$ 142.904	\$ 170.055
MENCIONES COMERCIALES 20 SEGUNDOS	MT5016	\$ 284.275	\$ 338.287
MENCIONES COMERCIALES 30 SEGUNDOS	MT5017	\$ 427.027	\$ 508.182



SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO
NIT. 890.331.524 – 7
DIRECCION DE COMERCIALIZACION

FECHA

ESTUDIOS PREVIOS

ENERO DE 2020

Se establece la siguiente tabla de tarifas para comercialización de pauta inserta en el noticiero Telepacífico Noticias, la cual aplicará tanto para comercialización Regional como para nacional.

TARIFAS 2020 EN TELEPACIFICO NOTICIAS (COMERCIALIZACIÓN REGIONAL)

Manejarán las mismas tarifas para el noticiero, pero podrán bonificar tres x uno.

NOTICIERO

MODALIDADES	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA
COMERCIAL SOLIDO (Minuto)	MT7001	\$ 1.348.112,88	\$ 1.604.254,33
COMERCIAL EN VIVO 30"	MT7002	\$ 1.572.798,36	\$ 1.871.630,05
PATROCINIO PROGRAMA	MT7003	\$ 373.014,64	\$ 443.887,42
PATROCINIO SECCION 10"	MT7004	\$ 373.014,64	\$ 443.887,42
MENCION COMERCIAL 10"	MT7005	\$ 373.014,64	\$ 443.887,42
MENCION COMERCIAL 15"	MT7006	\$ 55.952,35	\$ 68.583,30
COMERCIAL ESTATICO O CLASIFICADO 60"	MT7007	\$ 842.570,55	\$ 1.002.658,95
PRODUCT PLACEMENT (6 SALIDAS X 5")	MT7008	\$ 497.353,55	\$ 591.850,72
PRODUCT PLACEMENT 30"	MT7009	\$ 535.941,20	\$ 637.770,03
NOTA PATROCINADA 60 SEG (SIN PRODUCCION)	MT7010	\$ 1.572.798,36	\$ 1.871.630,05
NOTA PATROCINADA 60 SEG (GRABACION PERIMETRO URBANO Y JAMUNDI, PALMIRA, CANDELARIA Y CERRITO)	MT7011	\$ 2.022.169,32	\$ 2.406.381,49
NOTA PATROCINADA 60 SEG CON GRABACION OTROS MUNICIPIOS (BUGA, TULUA, CARTAGO, ZARZAL ETC)	MT7012	\$ 2.471.540,28	\$ 2.941.132,93

TARIFAS 2020 EN TELEPACIFICO NOTICIAS (COMERCIALIZACIÓN NACIONAL)

Las tarifas para el noticiero se podrán bonificar tres x uno.

NOTICIERO

MODALIDADES	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA
COMERCIAL SOLIDO (Minuto)	MT8001	\$ 1.786.353,37	\$ 2.125.760,51
COMERCIAL EN VIVO 30"	MT8002	\$ 1.931.508,32	\$ 2.298.494,91
PATROCINIO PROGRAMA	MT8003	\$ 44.698,36	\$ 53.191,04
PATROCINIO SECCION 10"	MT8004	\$ 44.698,36	\$ 53.191,04
MENCION COMERCIAL 10"	MT8005	\$ 412.994,25	\$ 491.463,16
MENCION COMERCIAL 15"	MT8006	\$ 670.478,38	\$ 797.868,89
PRODUCT PLACEMENT (6 SALIDAS X 5")	MT8007	\$ 595.979,12	\$ 709.215,15
PRODUCT PLACEMENT 30"	MT8008	\$ 842.218,90	\$ 764.240,50
NOTA PATROCINADA 60 SEG (SIN PRODUCCION)	MT8009	\$ 1.786.353,37	\$ 2.125.760,51
NOTA PATROCINADA 60 SEG (GRABACION PERMETRO URBANO Y JAMUNDI, PALMIRA, CANDELARIA Y CERRITO)	MT8010	\$ 2.282.891,75	\$ 2.716.403,18
NOTA PATROCINADA 60 SEG CON GRABACION OTROS MUNICIPIOS (BUGA, TULUA, CARTAGO, ZARZAL ETC)	MT8011	\$ 2.633.875,18	\$ 3.134.311,46



SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO
 NIT. 890.331.524 – 7
 DIRECCION DE COMERCIALIZACION

FECHA

ESTUDIOS PREVIOS

ENERO DE 2020

Se establece la siguiente tabla de tarifas para la comercialización de clasificados en horarios específicos.

PAQUETES CLASIFICADOS EN HORARIOS ESPECIFICOS

(Solo para comercialización a través de asesores, no se venderán paquetes con emisión en noticiero)

CLASIFICADOS

TARIFA	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA
PLAN 25 EMISION	MT4001	1.085.666	1.291.943
PLAN 50 EMISION	MT4002	1.699.301	2.022.169
PLAN 75 EMISION	MT4003	2.379.022	2.831.037
PLAN 100 EMISION	MT4004	2.832.170	3.370.282

Se establece la siguiente tabla de tarifas para la comercialización de banners, la cual aplicará tanto para comercializadoras como para asesores de Telepacífico.

TARIFAS BANNERS PAGINA WEB

TIPO	NOMBRE	UBICACIÓN	TAMAÑO	CODIGO PRODUCTO	TARIFA 2020 - INC 3.8%	TARIFA 2020 - INCLUIDO IVA
GRAFICO	BANNER	HOME	330*240	MT5018	1.038.000	MES
	BANNER	SECCIONES - PROGRAMAS	330*240	MT5019	860.813	MES
	BANNER	SEÑAL EN VIVO	330*240	MT5020	1.245.600	MES
TEXTO	REPORTAJE	HOME - SECCION		MT5021	2.076.000	DIA

	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

Nota: Los precios de los banner de la página web estarán sujetos a cambios dependiendo del comportamiento del mercado y de la actualización del portal: www.telepacifico.com.

Realizar la clasificación por tipo de programa que fija tarifas diferenciales, introduciendo adicionalmente las Tarifas tipo Break, de la siguiente forma:

Tipo Break: pauta entre 12:55 a 12:59 ordenada antes del sorteo del Chontico.

Tipo A: Pauta que está entre las 1:45 Pm y las 3:30 pm en el programa Tardes del Sol , Transmisiones Especiales y/o programas que se determinen.

Tipo B: Pauta en los programas magazines, documentales y/o programas que se determinen

Tarifas Noticiero: aplica para Telepacífico Noticias.

Tarifa Intercambio: Las cuales se usarán para valorar contraprestación de servicios por parte de terceros a Telepacífico en los casos en los que la ley lo permita, previa autorización de la Dirección de Comercial. Las tarifas de intercambio será igual a la fijada en la Tipo A.

Toda modificación a las tarifas de pauta debe ser autorizada por la Gerencia o la Dirección de Comercialización y Mercadeo TELEPACIFICO.

2.3. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA :

Para el debido cumplimiento del objeto a contratar EL CONTRATISTA debe pasar una propuesta en que incluya y tenga en cuenta las siguientes consideraciones:

1. Responsabilizarse por su cuenta y riesgo de la gestión de venta de los servicios de pauta establecidos en el alcance del objeto de la invitación, teniendo en cuenta la meta establecida.
2. Tener y justificar un equipo humano y físico con las herramientas idóneas y necesarias para realizar un proceso de venta innovador, ágil y eficiente.
3. Plantear una estrategia de Mercadeo y Venta del objeto del contrato, diferencial y amplio para alcanzar la meta financiera planteada.
4. Gestionar con su equipo de trabajo, las necesidades del mercado y los clientes para el cumplimiento de las metas establecidas.
5. Entregar informes de cumplimiento mensualmente al Canal a través del área de Comercialización del Canal.
6. Proponer metodología del proceso de venta que sea transversal al procedimiento del Canal, en el que se incluya toda la cadena de negociación hasta la entrega de las ordenes pauta y la gestión Post-Venta.
7. Realizar el manejo total de la cuenta de cada cliente, suministrando la base de datos y comunicando la gestión realizada a Telepacífico en los informes mensuales y /o comités realizados entre Telepacífico y el comercializador.



	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

8. Abstenerse de otorgar descuentos a los precios establecidos sin autorización de TELEPACIFICO, ya sea de la Gerencia o de la Dirección de Comercialización y Mercadeo.
9. Comunicar inmediatamente a TELEPACIFICO cualquier reclamo o inconveniente relativo a la calidad de los servicios prestados, deben responsabilizarse que se dé una respuesta al cliente y se solucione el reclamo satisfactoriamente con la información que suministre el área designada del canal regional.
10. Asegurarse de que los servicios o productos comercializados sean reportados y facturados en el mismo mes, teniendo en cuenta que si se pasa del periodo, el pago deberá ser de inmediato.
11. Coordinar y facilitar las funciones de supervisión que en cualquier momento podrá realizar TELEPACIFICO, a través del supervisor designado, para constatar el cumplimiento.
12. Realizar los estudios pertinentes de los diferentes clientes para garantizar su idoneidad y transparencia.
13. En general, la obligación de cumplir cabalmente con las condiciones y modalidades previstas contractualmente para la ejecución y desarrollo del contrato, para lo cual EL CONTRATISTA deberá actuar razonablemente en el marco de sus obligaciones contractuales.

OBLIGACIONES DE TELEPACÍFICO:

1. Facturar al comisionista los servicios ingresados de pauta.
2. Pagar al comisionista la remuneración pactada, de acuerdo a lo facturado y recaudado.
3. Rechazar los clientes, pedidos o negocios cuando no cumplan con las condiciones y especificaciones que determine TELEPACÍFICO.
4. Supervisar el desarrollo y ejecución del contrato y acceder a los documentos e información que soportan la labor del COMISIONISTA.
5. Suministrar toda la información que sea relevante e importante, para el desarrollo y ejecución del contrato.
6. mantener informado al comisionista en la implementación de estrategias y prestar todo el apoyo para el desarrollo del objeto contractual.
7. Informar oportunamente al COMISIONISTA, de todo cambio en sus políticas de emisión, horarios, programación y demás que puedan afectar los pedidos u órdenes de servicios o de pauta de sus clientes.

2.4. PLAZO DE EJECUCION: El plazo de ejecución del presente contrato será desde la firma del acta de inicio hasta el 31 de diciembre de 2020.

2.5. LUGAR DE EJECUCIÓN: el lugar de ejecución se extenderá a toda Colombia, pero como domicilio para la facturación y cobro se tendrá como sede las instalaciones administrativas del Canal Regional Telepacífico, es la ciudad que se considerará como lugar de referencia del presente proceso.

2.6. CLASE DE CONTRATO A CELEBRAR: Contrato de comercialización y venta de pauta publicitaria

	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

3. FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE SOPORTAN LA MODALIDAD DE CONTRATACIÓN:

La Sociedad de Televisión del Pacífico Ltda. - TELEPACÍFICO., podrá celebrar todo tipo de contratos nominados e innominados, típicos o atípicos, rigiéndose por sus Estatutos y por las disposiciones contenidas en el Derecho privado, bajo los principios consagrados por las disposiciones legales y reglamentarias aplicables a sus actividades económicas y comerciales como:

La Ley 182 de 1995 y sus normas que modifiquen o deroguen; El Código Civil y el Código de Comercio respetando los principios de la función administrativa enunciados en el artículo 209 de la Constitución Política y de la Gestión fiscal de que trata el artículo 267 de la misma norma; La Ley 1474 de 2011, Decreto – ley 19 de 2012 (anti trámites); Ley 1150 de 2007, artículo 13 y 14; Decreto 1082 de 2015. El Decreto 115 de 1996, Estatuto Presupuestal de las Empresas Industriales y Comerciales del Estado, en especial los artículos del 2 al 8, 11, 13, 21, 24, 31, 32 y 37; La Ley 80 de 1993. y en especial lo establecido en la Resolución 259 de 2016

TELEPACÍFICO por su régimen especial no se rige por el Estatuto General de Contratación como bien se desprende de la Ley 182 de 1995, artículo 37.3 y el artículo 14 de la Ley 1150, modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011, salvo lo dispuesto en el régimen de inhabilidades e incompatibilidades, por lo que no resulta pertinente hacer alusión a las modalidades de selección para la escogencia del contratista, dispuestas en dicho Estatuto.

3.1 MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACIÓN:

De acuerdo a lo establecido en el Artículo 21º. “Modalidades de Selección, 21.1 Modalidades De Selección”. La escogencia objetiva de la mejor propuesta u oferta se realizará bajo la modalidad:

21.1.1 Invitación Pública a cotizar. La escogencia del contratista se efectuará a través de invitación pública cuando el valor del proceso de selección sea mayor a ochenta (80) SMLMV y no proceda la contratación directa, ni la contratación de urgencia.



	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

4. SOPORTE DEL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

4.1 ESTUDIO DEL SECTOR:

2.1. ASPECTOS GENERALES

Existen distintos servicios de televisión abierta según su naturaleza pública o privada, con o sin ánimo de lucro y su alcance regional nacional, regional o local. Los distintos SCA abiertos de televisión en Colombia y sus características: 1) Nacional privada, 2) nacional pública, 3) regional pública, 4) local con ánimo de lucro y 5) local sin ánimo de lucro.

La principal fuente de ingresos de los operadores de TV abierta es la colocación de pauta publicitaria. De acuerdo a los reportes de Asomédios (2015), al finalizar el año 2014, la inversión publicitaria en TV abierta alcanzó \$ 1,3 billones - 1,5 % más que en 2013 en términos reales, mientras que al finalizar el año 2015 se evidenció un decrecimiento de cerca 10,4 % con respecto a 2014 - \$ 1,2 billones. Al finalizar el año 2015, los canales abiertos nacionales reportaron \$ 1,1 billones -10,6 % menos que en 2014, en tanto que los canales locales y regionales reportaron \$ 71,2 miles de millones - 6,9 % menos que el 2014.

Es de señalar que la inversión publicitaria se encuentra concentrada en los operadores nacionales de los servicios abiertos, que aportaron el 94,2 %, mientras que los operadores locales y regionales aportaron el 5,8 % del total de la inversión publicitaria en 2015, conforme la información pública disponible.

El universo del audiovisual está conformado por empresas de muy diverso tamaño y tipo. Sus diferencias, en términos de personal, están dadas principalmente por el tipo de producción que se realiza y por el sector para el que se produce. Así, hay una diferencia notable entre las empresas que producen para los canales de televisión privados (publicidad y televisión) y las que producen para canales públicos regionales o nacionales, o para circuitos no masivos.

Por un lado, se encuentran las empresas que se dedican a satisfacer la demanda audiovisual de parte de los canales de televisión, las agencias de publicidad, la industria y la empresa, el Estado y los particulares. Estas son las empresas productoras privadas. Constituyen la mayor parte de las empresas estudiadas, y en su mayoría se dedican a producir para televisión y publicidad, aunque alternan en ocasiones estas actividades con la producción cinematográfica, como una actividad alterna.

Las empresas productoras privadas que han alcanzado un mayor tamaño suelen dedicar gran parte de su producción a la demanda de programación de los canales privados, nacionales, sobre todo. Recientemente, estas empresas que han realizado producciones técnicamente complejas y novedosas han sido adquiridas por canales internacionales, lo que ha ayudado a internacionalizarlas (es el caso de Telecolombia, adquirido por Fox, y de Teleset, por Sony). Estas empresas que suplen la demanda de producciones de los canales tienen unidades móviles dotadas con la tecnología necesaria para la realización de sus programas.

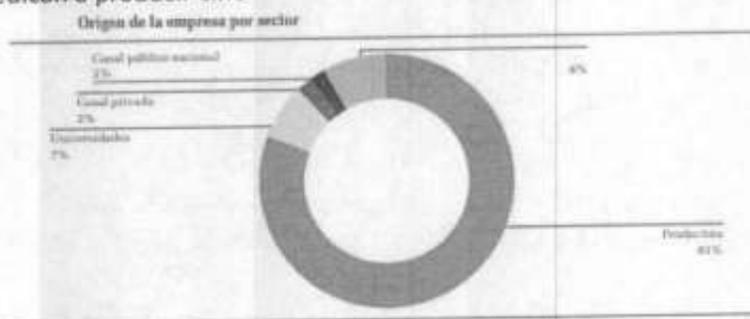
	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

En cuanto a la estructura de la empresa, esta cuenta permanentemente con unas cabezas encargadas de la producción y la administración. La dirección está en manos de equipos donde se combinan los talentos administrativos, creativos y técnicos, pero que se especializa en labores administrativas. De manera temporal, de acuerdo con los proyectos, se arman y contratan los equipos creativos y técnicos necesarios para llevarlos a cabo. Desde el director, pasando por el equipo técnico, hasta llegar a los actores se contratan por el periodo que duren las producciones. Las contrataciones de personal creativo-directivo (actores, directores) se realizan de manera personal con la empresa; mientras los técnicos suelen contratarse a través de una empresa cooperativa. El vínculo para cada producción puede ser de varios meses, en el caso de las producciones de televisión. En otras ocasiones se contratan "especialistas" por fuera de las cooperativas proveedoras de técnicos, a través de las casas de alquiler de equipos, cuando se requieren equipos especiales que no los poseen las unidades móviles.

También se encuentran las empresas productoras de los canales privados nacionales y locales, y públicos nacionales y regionales. La principal diferencia entre los canales estriba en su carácter público o privado. Aunque los canales privados y públicos son al mismo tiempo productores y compradores de audiovisual, los canales privados cuentan con estructuras de producción más robustas y con mayores presupuestos para las

producciones propias, que se financian a través de la pauta publicitaria. Los canales privados son los mayores empleadores del sector audiovisual (así como de empleos de tiempo completo), son los que tienen el mayor tiempo de constituidos y recientemente no solo producen programas de televisión, sino que también producen para los subsectores de publicidad y cine. En estos canales, a diferencia de las empresas productoras, el personal es contratado no por proyectos, sino de manera más permanente.

En cuanto al origen de las empresas por sectores, se encuentra una alta concentración de las productoras audiovisuales en el sector privado. El 81% de las empresas son de carácter privado, a lo que se suma un 2% adicional perteneciente a las productoras de los canales privados. El 7% son productoras que pertenecen a las universidades —correspondientes a un 5% de productoras de universidades privadas, y a un 2% de universidades públicas—. Finalmente, el 3% restante son productoras de los canales públicos nacionales o regionales (CPNR). Una de las características principales de las empresas que operan en el sector audiovisual es que realizan diferentes tipos de producción audiovisual, como cine, televisión y publicidad, de manera alternativa. Son pocas las empresas que reportan dedicarse a un solo tipo de producción audiovisual, y estas en su mayoría se dedican a producir cine.



[Handwritten signature]

	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

Competencia en el sector

Canal institucional,
 Canal Capital,
 Señal Colombia,
 City tv,
 Teleantioquia,
 Telecafé,
 Telearibe,
 Telepacífico,
 Tro.

ESTUDIO DE LA OFERTA

FINANCIERO

De acuerdo al sector en Colombia podemos encontrar varios subsectores los cuales analizaremos para el desarrollo del presente estudio. Las actividades que corresponden a estos subsectores están definidas en la Clasificación Industrial Internacional CIIU vigente para Colombia 20017.

7310 Publicidad

- El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.
- La creación y realización de campañas de publicidad que incluyen: - Creación y colocación de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio, televisión, Internet y otros medios de difusión. - Creación y colocación de anuncios de publicidad exterior por ejemplo, mediante carteles, carteleras, tableros, boletines, decoración de vitrinas, diseño de salas de exhibición, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros. - Representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios. - Publicidad aérea. - Distribución y entrega de material publicitario o muestras. - Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias, etcétera. - Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición.
- El manejo de campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios, dirigidos a atraer y retener clientes: - Promoción de productos. - Comercialización en puntos de venta. - Publicidad directa vía correo. - Consultoría en comercialización.
- La explotación de los sitios web que utilizan un motor de búsqueda para generar y mantener extensas bases

	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

de datos de direcciones de internet y de contenido en un formato de fácil búsqueda.

- La explotación de otros sitios web que funcionan como portales de internet, tales como sitios de medios de difusión que proporcionan los contenidos que se actualizan de forma periódica.

Indicadores financieros

Para determinar los indicadores financieros del sector, se tomó la base de las empresas que reportaron sus estados financieros a las Superintendencia de Sociedades. De acuerdo a la Clasificación CIIU se tomó para el Capítulo de Digital todas las empresas cuya clasificación es publicidad.

Indicadores de liquidez

Razón corriente

La liquidez de una organización es la capacidad para pagar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Es la habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

Activo Corriente / Pasivo Corriente

Empresas analizadas	170
Valor Mínimo	0,03
Valor Máximo	24,08
Media Ponderada	1,91

Indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. Al dividir el activo corriente entre el pasivo corriente, sabremos cuantos activos corrientes tendremos para cubrir o respaldar esos pasivos exigibles a corto plazo, En este caso tenemos que las empresas del sector tienen en promedio ponderado 1,91 veces activos corrientes para cubrir sus pasivos corriente es decir sus deudas a corto plazo a cierre de 2016. La entidad lo aproximara al 2

Capital neto de trabajo

Muestra el valor que le quedaría a la empresa, después de haber pagado sus pasivos de corto plazo, permitiendo a la Gerencia tomar decisiones de inversión temporal.

Activo Corriente – Pasivo Corriente

Empresas analizadas	167
Valor Mínimo	(4.598.918,00)
Valor Máximo	28.649.626
Media Ponderada	2.524.143,61

Encontramos este caso que existen empresas en el sector que en el momento del cierre contable se





SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO
 NIT. 890.331.524 – 7
 DIRECCION DE COMERCIALIZACION

FECHA

ESTUDIOS PREVIOS

ENERO DE 2020

encuentran ilíquidas, y muchas otras presentan valores normales para el sector. Podemos observar que la media ponderada se encuentra en 2,5 millones aproximadamente, teniendo un tope máximo de 28 millones a cierre de 2016. La entidad ha establecido un capital de trabajo de \$50.000.000.00

Endeudamiento

Revela la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin contar con la venta de sus existencias, es decir, básicamente con los saldos de efectivo, el producido de sus cuentas por cobrar, sus inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación que pueda haber, diferente a los inventarios.

Total pasivo / Total activo

Empresas analizadas 170
 Valor Mínimo 50
 Valor Máximo 60
 Media Ponderada 55%

En este caso tenemos que las empresas del sector tienen en promedio ponderado 55% de activos para cubrir sus pasivos es decir sus deudas a corto plazo,. Entidad lo aproximara al 60%.

Para calcular el presupuesto del presente contrato, se efectuó un análisis de mercado sobre las actividades requeridas para el cumplimiento de esta necesidad sobre el cual se tuvo en cuenta la variable de la proyección de ventas de la comercialización de los servicios de Telepacífico al 31 de Diciembre de 2019 y el presupuesto de ingresos 2019. Lo cual se relaciona en el Cuadro, como Estudio de Mercado:

FACTURACION 2019

VENDEDOR	Total general
TELEPACIFICO LTDA .	763.993.196
ADD MEDIA SAS	861.811.743
ALVAREZ SINISTERRA MARIA CLAUDIA	15.342.468
BRIDGE ENTERTAINMENT SAS BRIDGE ENTERTAINMENT SAS	350.000.000
SIGNOS MEDIA SAS	25.165.458
Total general	2.016.312.865

COMERCIALIZADORAS NACIONAL

LOGROS PUBLICITARIOS	445.768
PUBLICIDAD Y ALGO MAS	85.167.089
MULTIMEDIOS	0
	85.612.857

	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

4.2. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO :

El valor del contrato resultante de este proceso, es indeterminado pero determinable en el momento que se realice el contrato.

Sin embargo, para determinar el presupuesto y la expedición de garantías se estima un valor de \$500.000.000

4.3 FORMA DE PAGO: TELEPACÍFICO pagará al COMISIONISTA, el valor que resulte de aplicar el valor de las comisiones por comercialización de la pauta publicitaria; Para efectos del pago debe hacer la presentación de cuenta de cobro o factura, sobre los valores efectivamente recaudados por el canal, pagadera a treinta días, previo recibo a satisfacción del servicio certificado por el supervisor del contrato y presentación del comprobante de pago al Sistema general de Seguridad Social y el informe.

PARÁGRAFO PRIMERO.- Los pagos de las comisiones se realizarán previo el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Anexar un resumen mensual de las actividades y los logros alcanzados y ejecutados durante el mes.
- La cuenta de cobro o factura por comisión indicando las ventas efectivas y canceladas
- Que el valor facturado haya sido efectivamente cancelado, TELEPACÍFICO solo está obligada a cancelar dicha comisión una vez se haya recibido efectivamente el pago.
- Presentación del comprobante de pago al Sistema general de Seguridad Social

4.4. INFORMACIÓN CERTIFICADO DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL.

Número: 282

Fecha de Expedición: 3 de Febrero de 2020

Fecha de vencimiento: 31 de Diciembre de 2020

Valor: \$500.000.000

Rubro presupuestal que respalda: 2211101- Comisión Vendedores

5. CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MAS FAVORABLE:

Para la selección del servicio del contratista y la celebración del contrato, se aplicaran los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y atendiendo el objeto, las características de la contratación y la cuantía, se atemperan a lo establecido en el manual de contratación de TELEPACIFICO, aprobado mediante Resolución No. 259 de 2016.

Para determinar los puntajes de evaluación del proponente se tendrán en cuenta los siguientes criterios:



	SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO NIT. 890.331.524 – 7 DIRECCION DE COMERCIALIZACION	FECHA
	ESTUDIOS PREVIOS	ENERO DE 2020

CRITERIO	PUNTAJE
Oferta Económica – porcentaje de comisión por comercialización de pauta publicitaria	700
Personal de ventas calificado: quien ofrezca dos personas con experiencia en ventas se le asignarán 100 puntos Quien ofrezca de 3 (tres) a 5 (cinco) personas con experiencia en ventas se le asignarán 200 puntos Quien ofrezca más de 6 (seis) personas con experiencia en ventas se le asignarán 300 puntos Nota: deben aportar certificación firmada por el representante legal	300
Total puntaje	1.000

Oferta Económica – porcentaje de comisión por comercialización de pauta publicitaria: (700 puntos)

Dicho porcentaje se deberá incluir todos los costos directos e indirectos, incluidos herramientas, equipos, materiales, gastos de personal, administrativos, imprevistos y utilidades.

El porcentaje de comisión por pauta publicitaria que se reconocerá será máximo del veintitrés (23%)

Las propuestas se ordenarán de menor valor a mayor valor y se le asignará el mayor puntaje a la propuesta de menor valor y las demás propuestas recibirán su puntaje inversamente proporcional teniendo en cuenta la siguiente formula:

Puntaje Propuesta Económica =

(Valor Menor Propuesta / Valor Propuesta Evaluada) * 700

Personal de ventas calificado: (300 puntos)

Quien ofrezca dos(2) personas con experiencia en ventas se le asignarán 100 puntos

Quien ofrezca de 3 (tres) a 5 (cinco) personas con experiencia en ventas se le asignarán 200 puntos

Quien ofrezca más de 6 (seis) personas con experiencia en ventas se le asignarán 300 puntos

Nota: deben aportar certificación firmada por el representante legal.

6. ANÁLISIS DE RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO:

Teniendo en cuenta el alcance del contrato, se estima que en la ejecución del mismo se pueden presentar los siguientes riesgos:



SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO
 NIT. 890.331.524 – 7
 DIRECCION DE COMERCIALIZACION

FECHA

ESTUDIOS PREVIOS

ENERO DE 2020

TIPIFICACIÓN		ESTIMACIÓN						ASIGNACIÓN / MITIGACIÓN
TIPO DE RIESGO	DESCRIPCIÓN	PROBABILIDAD			IMPACTO			
		ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA	
ECONÓMICOS	LOS EFECTOS FAVORABLES O DESFAVORABLES DERIVADOS DE LAS VARIACIONES EN LOS PRECIOS DE MERCADO DE LOS INSUMOS, MANO DE OBRA Y DEMÁS NECESARIOS PARA CUMPLIR CON EL OBJETO CONTRACTUAL Y SUS OBLIGACIONES.		X			X		CONTRATISTA
EVENTOS DE CAMBIO DE LEGISLACIÓN, DE SITUACIÓN POLÍTICA O DE CONDICIONES MACROECONÓMICAS QUE TENGAN IMPACTO NEGATIVO Y RIESGO ECONÓMICO: IMPOSICIÓN DE NUEVOS TRIBUTOS, CAMBIOS EN EL MARCO DE NORMATIVIDAD, INFLACIÓN, IVA, ETC., QUE PUEDAN AFECTAR EL EQUILIBRIO CONTRACTUAL.	LOS EFECTOS FAVORABLES O DESFAVORABLES, DE LAS VARIACIONES EN LA LEGISLACIÓN, LA CREACIÓN DE NUEVOS EMOLUMENTOS, MULTAS, TASAS. LA SUPRESIÓN O MODIFICACIÓN DE LOS EXISTENTES, Y EN GENERAL CUALQUIER EVENTO QUE MODIFIQUE LAS CONDICIONES EXISTENTES AL MOMENTO DE LA PRESENTACIÓN DELA PROPUESTA, ES ASUMIDO POR CUENTA Y RIESGO DEL FUTURO CONTRATISTA.		X		X			CONTRATISTA
ERRORES U OMISIONES	LAS SITUACIONES GENERADAS POR EL		X		X			CONTRATISTA



SOCIEDAD TELEVISION DEL PACIFICO LTDA. – TELEPACIFICO
NIT. 890.331.524 – 7
DIRECCION DE COMERCIALIZACION

FECHA

ESTUDIOS PREVIOS

ENERO DE 2020

CONTRATISTA QUE AFECTEN LA CORRECTA EJECUCIÓN DEL OBJETO CONTRACTUAL, ASÍ COMO LOS DAÑOS GENERADOS POR ACCIÓN U OMISIÓN								
---	--	--	--	--	--	--	--	--

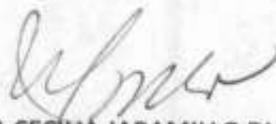
7. LAS GARANTÍAS DESTINADAS A AMPARAR LOS PERJUICIOS DE NATURALEZA CONTRACTUAL O EXTRA CONTRACTUAL EXIGIDAS DENTRO DEL PROCESO DE SELECCIÓN:

El contratista deberá construir a favor de TELEPACIFICO y a satisfacción de la misma, a través de una compañía de seguros, legalmente autorizada y establecida en Colombia, una garantía única para avalar el cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones contractuales, la cual deberá amparar: **a) Cumplimiento:** Por una cuantía equivalente al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato y con una vigencia igual a la del contrato y seis (06) meses más, contados a partir de la legalización del mismo. El valor de las primas y el valor que se cause por la ampliación de las sumas aseguradas o de la vigencia de la garantía, correrá a cargo del Contratista. Toda prórroga del plazo dará lugar a la correspondiente ampliación de las garantías señaladas, con el fin de mantener la cuantía porcentual y la vigencia pactada. **b) Calidad servicio:** En cuantía equivalente al diez por ciento (10%) del valor del contrato, con una vigencia igual a la duración del contrato y seis (6) meses más. **PARAGRAFO I.** El costo de las primas y demás gastos que demande la constitución, prórrogas y modificaciones de la garantía única y pólizas de que se trata, correrán por cuenta de EL CONTRATISTA. **PARÁGRAFO II.** La garantía única y póliza se entenderán vigentes hasta la terminación del contrato garantizada y la prolongación de sus efectos no expirará por falta de pago de la prima o por revocatoria unilateral.

El Contrato de igual manera tendrá incorporado las cláusulas excepcionales contempladas en la normatividad de Contratación Estatal.

8. INDICACIÓN SI EL PROCESO DE CONTRATACIÓN ESTA COBIJADA POR UN ACUERDO COMERCIAL.

La presente contratación que se pretende adelantar no se encuentra bajo los parámetros de trato internacional alguno, como tampoco de la entrada en vigencia de tratos de libre comercio suscritos por el estado colombiano como lo establece el artículo 1082 de 2015


MARTHA CECILIA JARAMILLO DUQUE
DIRECTOR DE COMERCIALIZACION Y MERCADEO (E)