	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD</b>	Código: ABS-CD-R-02-02
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	Fecha Aprobación: <b>DICIEMBRE – 2016</b>
		Versión: <b>04</b>
		Página <b>1</b> de <b>11</b>

### GENERALIDADES DEL PROCESO DE CONTRATACION

ENTIDAD SOLICITANTE	INFIHUILA		
FECHA ELABORACIÓN	15 de enero de 2018.		
PRESUPUESTO ASIGNADO	TRECE MILLONES CIENTO SESENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS PESOS (\$ 13.165.500, 00).		
DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL	RUBRO	DENOMINACION	CDP
	122101-190	COMUNICACIONES Y TRANSPORTES	18052 del 16/01/2018
Registro en el Plan Anual de Adquisiciones	SI <u>  X  </u>	NO <u>        </u>	

**DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD:**


El Instituto Financiero para el Desarrollo del Huila INFIHUILA, nace como respuesta a las necesidades de los municipios del Departamento del Huila, principalmente en lo atinente al desarrollo económico, social y cultural.

Mediante Decreto 1372 de 204 “Por el cual se expide el Estatuto Orgánico del Instituto Financiero para el Desarrollo del Huila INFIHUILA” se define el Objeto social del Instituto así: “El objeto del INFIHUILA, es cooperar en el desarrollo económico y social del departamento del Huila, mediante la prestación de servicios de financiación y garantía, y eventualmente otros, a favor de obras de servicio público que se adelanten en el Departamento, acompañamiento empresarial para la creación y el fortalecimiento de una infraestructura de servicios del crecimiento y fomento del sector productivo en el Departamento del Huila y en todos sus municipios”.

Para el desarrollo de las estrategias, programas y proyectos incluidos dentro de la política señalada, así como también la consecución de las metas institucionales de captación y colocación, el INFIHUILA diseñó un plan de mercadeo y de comunicaciones que busca un mejor posicionamiento y mayor presencia de la imagen corporativa institucional a través de diversas estrategias de comunicación (interna – externa), de promoción o comercialización y de publicidad masiva y/o directa.

Es indispensable que para el logro de las metas institucionales el INFIHUILA tenga un correcto posicionamiento de su marca, y un manejo adecuado de su imagen institucional toda vez que su objeto además de ser el logro de resultados financieros positivos se orienta fundamentalmente a robustecer su imagen como entidad de fomento y desarrollo social de la región.

Para el buen funcionamiento operativo del Instituto Financiero para el Desarrollo del Huila INFIHUILA, y en ejercicio cotidiano de sus funciones, requiere contar con un excelente, serio y responsable servicio de mensajería para la vigencia de 2018, que garantice la entrega de la totalidad de correspondencia emitida a los destinatarios, en cumplimiento de sus deberes misionales, en la venta y colocación de sus productos, lo que permite al Instituto cumplir con el

	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD</b>	Código: ABS-CD-R-02-02
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	Fecha Aprobación: <b>DICIEMBRE – 2016</b>
		Versión: <b>04</b>
		Página <b>2</b> de <b>11</b>

desarrollo de sus procesos, entregar a tiempo la información solicitada por las diferentes personas y entidades de orden territorial y nacional. Este servicio es de vital importancia para toda entidad, puesto que permite estar en constante interacción con las demás entidades, de ahí la objetividad en la escogencia del proponente que brinde el servicio de mensajería y correo a nivel local, departamental y nacional, en tanto que del nivel de responsabilidad del contratista depende el buen nombre de la Entidad.

Que de acuerdo con la necesidad del INFIHUILA, se requiere adelantar un proceso de contratación que permita la selección objetiva de un contratista idóneo para que realice los servicios relacionados con mensajería y correo a nivel local, departamental y nacional, bien se trate de una persona natural o jurídica que ofrezca las condiciones óptimas requeridas y que oferte el precio más bajo y favorable para los intereses de la entidad, cumpliendo con los requisitos habilitantes exigidos para llevar a cabo el objeto del contrato respectivo.

**FORMA DE SOLVENTAR LA NECESIDAD:**

Se hace necesario por parte del INFIHUILA adelantar la realización de un proceso contractual que permita contratar los servicios de mensajería y correo a nivel local, departamental y nacional, de manera seria y responsable, que garantice la entrega de la totalidad de la correspondencia emitida por el Instituto.


<b>TIPO DE CONTRATO</b>	SUMINISTRO				
<b>OBJETO</b>	“SELECCIONAR EN IGUALDAD DE OPORTUNIDADES A LA PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE OFREZCA LAS MEJORES CONDICIONES EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE CORREO (MENSAJERIA) A NIVEL LOCAL, DEPARTAMENTAL Y NACIONAL”				
<b>DESCRIPCIÓN DE ACUERDO CON EL CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS.</b>	El objeto que se pretende contratar está clasificado con el código: <b>78102203-</b> Servicios de envío, recogida o entrega de correo. <b>70102205-</b> Servicios de entrega local de cartas o paquetes pequeños. <b>81161601-</b> Servicio de administración de mensajería instantánea				
<b>MODALIDAD DE SELECCIÓN:</b> Marque con una X	Licitación pública	Selección Abreviada	Concurso de Méritos	Contratación Directa	Mínima cuantía <b>X</b>

**FUNDAMENTO JURIDICO DE LA MODALIDAD DE SELECCIÓN:**

El artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, adicionado por el artículo 94 de la Ley 1474 de 2011, establece las modalidades de selección de contratistas, dentro de las cuales se encuentra la mínima cuantía.

El Decreto 1510 de 2013 “Por el cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública” norma reglamentaria de la Ley 80 de 1993 y Ley 1150 de 2007, en el artículo 84, señala las condiciones especiales a tenerse en cuenta en los procesos de selección de invitación pública de mínima cuantía.

Teniendo en cuenta la cuantía del presente proceso se considera que la modalidad de selección a emplear es la de mínima cuantía.

	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD</b>	Código: ABS-CD-R-02-02
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	Fecha Aprobación: <b>DICIEMBRE – 2016</b>
		Versión: <b>04</b>
		Página <b>3</b> de <b>11</b>

### JUSTIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE SELECCIÓN DE PROPUESTAS:

Para efectos de determinar la mejor propuesta conforme a lo previsto en los artículos 84 y siguientes del Decreto 1510 de 2013, se seleccionará la oferta de menor valor, que cuente con experiencia específica en el objeto a contratar.

### VALOR DEL PRESUPUESTO OFICIAL Y LA JUSTIFICACIÓN DEL MISMO:

El valor del presupuesto oficial es la suma de TRECE MILLONES CIENTO SESENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS PESOS (\$ 13.165.500, oo).

Para efectos de determinar el valor del presupuesto oficial se solicitaron cotizaciones a las empresas REDEX y SUR ENVIOS, quienes allegaron sus respectivas cotizaciones, por tanto, se toman como referencia para efectos del presente estudio en los siguientes términos:

### ANALISIS DEL SECTOR

#### 1. Análisis del Mercado:


Se tuvo en cuenta las cotizaciones presentadas por las empresas REDEX y SURENVIOS, determinándose así el valor tal como se detalla en el siguiente cuadro:

ITEM	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO		VALOR TOTAL UNITARIO ESTIMADO
		COTIZACIÓN 1 REDEX	COTIZACIÓN 2 SURENVIOS	
1.	Servicio de mensajería-Transporte urbano	<b>\$ 4.100</b>	<b>\$ 4.000</b>	\$ 4.050
2.	Servicio de mensajería-Transporte Departamental	<b>\$ 4.700</b>	<b>\$ 5.000</b>	\$ 4.850
3.	Servicio de mensajería -Transporte Nacional	<b>\$ 8.300</b>	<b>\$ 8.000</b>	\$ 8.150

Ante los valores ofrecidos por las empresas invitadas a participar del estudio de mercado, el valor de la contratación se fija de la siguiente manera:

ITEM	DESCRIPCIÓN PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ESTIMADO
1.	Servicio de mensajería-Transporte urbano	750	\$ 4.050	\$ 3.037.500
2.	Servicio de mensajería-Transporte Departamental	1.500	\$ 4.850	\$7.275.000
3.	Servicio de mensajería -Transporte Nacional	350	\$ 8.150	\$2.852.500
<b>VALOR TOTAL ESTIMADO</b>				<b>\$13.165.000</b>

#### 2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD</b>	<b>Código: ABS-CD-R-02-02</b>
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>Fecha Aprobación: DICIEMBRE – 2016</b>
		<b>Versión: 04</b>
		<b>Página 4 de 11</b>

Los servicios postales son los medios de comunicación más tradicionales del mundo, sin embargo las innovaciones tecnológicas y el desarrollo de nuevas alternativas en telefonía (larga distancia, celular, satelital, etc.), la expansión del email gracias a la penetración del computador personal en los hogares y las facilidades que ha traído Internet han incentivado la sustitución del correo tradicional por estos medios que cuentan con ventajas en precio y velocidad en la comunicación.

Desde el (2010) la demanda por servicios postales ha experimentado cambios dramáticos durante los últimos veinte años. Citando el estudio UPU (2005)<sup>17</sup> encuentra que, en la mayoría de los países, los negocios y gobiernos generan entre el 80% y 95% de todos los envíos de correo, mostrando la tendencia de sustitución de los hogares hacia otras alternativas de comunicación, mientras que en 1999 el 82% del volumen mundial de correo doméstico fue generado por negocios frente al 18% que generaron los hogares. El flujo de correo de negocios hacia hogares fue el más grande (43% de todo el correo), mientras que el flujo de correo entre hogares ha venido decreciendo de manera sistemática: en 1995 representaba el 20% y en 1999 tan solo el 9% de todo el correo. En cuanto a correo internacional (1.3% de todo el correo) el 55% fue enviado por negocios y 45% por los hogares.


Con esto se concluye que el propósito principal del correo ha dejado de ser la comunicación entre individuos para convertirse principalmente en un medio de transferencia de información comercial. Esta tendencia continuará y se verá una reducción del tráfico proveniente de los hogares versus el proveniente de las organizaciones, como consecuencia de la sustitución de las cartas personales por las comunicaciones electrónicas, mientras que la correspondencia organizacional aumentará debido entre otros factores a la publicidad directa que está migrando de una canal más de ventas a convertirse en el eje de las estrategias de fidelización y relacionamiento con el cliente (CRM).

Las necesidades y preferencias de los clientes tendrán cada vez mayor relevancia en el mercado postal. Las empresas esperan que los operadores postales se conviertan en sus “socios” de negocios, de manera que le presten no solo servicios de calidad sino que agreguen valor a su negocio, mejorando su competitividad. De otra parte, resulta importante señalar que los operadores perciben una caída en el negocio de correspondencia (cartas y documentos) y un importante crecimiento en los demás segmentos, no obstante sujetos a mayor competencia.

### **3. ANÁLISIS DE LA OFERTA:**

De manera general los servicios postales están definidos como un servicio de entrega o transporte que lleva bienes o información de un lugar a otro. Para el caso particular de Colombia, la Ley 1369 de 2009 define que los Servicios Postales consisten en el desarrollo de las actividades de recepción, clasificación, transporte y entrega de objetos postales a través de redes postales, dentro del país o para envío hacia otros países o recepción desde el exterior.

En Colombia, los servicios públicos, incluidos los postales, están bajo la titularidad del Estado por mandato de la Constitución, la cual establece que el Estado tiene el deber de asegurar su prestación a todos los habitantes del territorio nacional conforme a los principios de calidad, eficiencia y universalidad. Igualmente establece que el Estado es el encargado de su regulación, vigilancia y control.

	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD</b>	Código: ABS-CD-R-02-02
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	Fecha Aprobación: <b>DICIEMBRE – 2016</b>
		Versión: <b>04</b>
		Página <b>5</b> de <b>11</b>

Los servicios postales se encuentran clasificados en el Código Industrial Internacional Uniforme bajo la sección 64 (Correo y Telecomunicaciones), con las subdivisiones 641 (Actividades Postales y de Correo), 6411 (Actividades Postales Nacionales) y 6412 (Actividades de Correo Distintas de las Actividades Postales Nacionales).

Existen tres productos postales asociados: a los tres tipos de servicios postales definidos para Colombia, a saber: los productos financieros, los productos de mensajería individual y los productos de correo masivo. Estos tres tipos de productos recorren de manera similar la cadena de valor de la prestación del servicio postal, pero se diferencian entre sí en el aspecto que los productos de mensajería masiva requieren de una alta capilaridad, mientras que la mensajería individual no la requiere. La red postal debe estar en capacidad de cubrir las necesidades de cada servicio postal.

La cadena de valor para la prestación de los servicios postales se divide en cinco partes:


- i. Admisión: Primer subproceso de la cadena logística encargado de la recepción y/o alistamiento de los envíos postales.
- ii. Tratamiento: Subproceso encargado de la clasificación de los envíos según el destino.
- iii. Distribución: Subproceso encargado de la entrega de los envíos a su destinatario.
- iv. Transporte: Subproceso encargado de realizar la interconexión entre los procesos de la operación y los destinatarios.
- v. Logística Internacional: Subproceso encargado del recibo y despacho de correo internacional de y hacia los diferentes operadores postales designados en todo el mundo. Para una prestación eficiente del servicio postal es necesario que a lo largo de la cadena de valor se cuente con procesos de soporte que incluyen los sistemas de control, el diseño de rutas, la planeación de capacidades de red, sistemas comerciales y de mercadeo y sistemas de administración y finanzas.

La prestación de los servicios postales cuenta con unos costos fijos altos, especialmente en la etapa de transporte, clasificación y entrega. Los costos fijos se presentan especialmente para los productos postales de entrega masiva debido a la existencia de una ruta y zona de cubrimiento predeterminada por la obligación de universalidad. El sector postal es intensivo en mano de obra, la cual representa uno de los mayores costos en la prestación del servicio, especialmente en la etapa de entrega.

Según cálculos de la CRC, para países como Colombia, que cuentan con un bajo volumen de piezas postales per cápita los mayores costos en la cadena de valor de la prestación de servicios postales corresponden a la etapa de entrega, y representan el 55% de los costos totales. Por otro lado, los costos de la etapa de recolección representan el 6-7% de los costos totales.

La existencia de altos costos fijos hace necesario que se busque tener un alto volumen de envíos, para repartir la carga de los costos fijos en una gran cantidad de envíos postales y así, disminuir el peso relativo que los costos fijos tienen dentro de los costos totales.

Los servicios postales tienen la particularidad de contar con economías de escala (mayor tamaño de la red postal conlleva a menores costos unitarios), alcance (la prestación conjunta de dos o más servicios postales es más rentable que la prestación de estos servicios individualmente) y densidad (una mayor cantidad de objetos entregados por punto de entrega reduce los costos unitarios)

	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD</b>	Código: ABS-CD-R-02-02
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	Fecha Aprobación: <b>DICIEMBRE – 2016</b>
		Versión: <b>04</b>
		Página <b>6</b> de <b>11</b>

debido al volumen involucrado en el proceso de entrega. El volumen de correo debe ser lo suficientemente grande para aprovechar las economías de escala, alcance y densidad y ser capaz de mantener un servicio de entrega permanente y puntual en una región específica. Las economías de escala en la prestación del servicio postal se presentan en las etapas de transporte y entrega, esto en razón a la existencia de altos costos fijos, especialmente para los productos de correo masivo ya que existe una zona de cubrimiento determinada.

**PERFIL DEL OFERENTE:**

Empresas de mensajería legalmente constituidas en Colombia, que ofrezca los servicios de mensajería y correo, que cuente con todos los recursos necesarios para garantizar la entrega a tiempo de la correspondencia emitida por el INFIHUILA, además debe demostrar una amplia experiencia relacionada con el objeto a contratar y sobre todo capacidad para contratar; que el representante legal este facultado para contratar; y que haya ausencia de inhabilidades, incompatibilidades o prohibiciones para contratar, derivadas de la ley.

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

Se requiere contratar la prestación del servicio de mensajería para el INFIHUILA, bajo las siguientes especificaciones:

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNI/MEDIDA	CANTIDAD	V/r unitario	V/r TOTAL
1	Servicio de mensajería- Transporte urbano	UNIDAD	750	\$ 4.050	\$ 3.037.500
2	Servicio de mensajería- Transporte Departamental	UNIDAD	1.500	\$ 4.850	\$7.275.000
3	Servicio de mensajería - Transporte Nacional	UNIDAD	350	\$ 8.150	\$2.852.500

**PERMISOS, LICENCIAS, DISEÑOS, ESTUDIOS, PLANOS Y AUTORIZACIONES:**


No Aplica

**OBLIGACIONES DE LAS PARTES**


**OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA:**

Características Específicas: 1) El oferente deberá presentar una oferta en la cual se establezca su compromiso con la entidad, determinando las actividades que está dispuesto a obligarse a desempeñar y el valor por el cual las realizará. 2) Tramitar con diligencia el contrato que le vincule a la entidad. 3) Colaborar con el INFIHUILA, para que el objeto del contrato se cumpla y ofrezca las mejores condiciones de calidad 4) obligaciones especiales de acuerdo con el objeto




	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD</b>	<b>Código: ABS-CD-R-02-02</b>
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	<b>Fecha Aprobación: DICIEMBRE – 2016</b>
		<b>Versión: 04</b>
		<b>Página 7 de 11</b>

	<p>contractual, así:</p> <p>En desarrollo del objeto contractual, el contratista se obliga a:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contar con la respectiva Licencia para la prestación del servicio postal de mensajería especializada expedido por el Ministerio de Comunicaciones.</li> <li>2. Registro individual de cada envío: Todo envío de mensajería expresa debe tener un número de identificación individual.</li> <li>3. Admisión: El servicio de mensajería debe expedir un recibo de admisión o guía por cada envío, en el cual debe constar: <ul style="list-style-type: none"> <li>*Número de identificación del envío.</li> <li>*Fecha y hora de admisión.</li> <li>*Peso de envío en gramos.</li> <li>*Valor del servicio.</li> <li>*Nombre y dirección completa del remitente y destinatario.</li> <li>*Fecha y hora de entrega.</li> </ul> </li> <li>4. Curso del envío: Todo envío de mensajería debe cursar, con una copia del recibo de admisión o guía, adherido al envío</li> <li>5. Tiempo de entrega en condiciones normales: Los envíos de mensajería expresa se caracterizan por la rapidez en la entrega. El servicio de mensajería debe presentarse en condiciones normales con unos tiempos de entrega no superiores a dieciocho (18) horas en servicio urbano y cuarenta y ocho (48) en servicio nacional a cualquier lugar del país.</li> <li>6. Prueba de entrega: el INFIHUILA requiere la prueba de entrega del envío, donde conste fecha y hora de entrega y firma e identificación de quien recibe, en atención al cumplimiento de los términos de notificación señalados en el Código de procedimiento administrativo y de lo contencioso administrativo, con el objeto de poder contar con la información oportuna para el computo de términos.</li> <li>7. Rastreo: Es la posibilidad de hacer un seguimiento al curso del envío desde la recepción hasta la entrega.</li> <li>8. Prestar servicio de mensajería a nivel local, departamental y nacional de manera eficiente y oportuna.</li> <li>9. Cumplir con eficiencia y responsabilidad en el envío correspondencia, a los diferentes destinos requeridos por el INFIHUILA.</li> <li>10. El contratista se compromete a generar de manera individual las guías de envío o soportes que certifiquen la entrega, las cuales se entregarán en original, diligenciadas y firmadas por quien recibe y adjuntar a la copia del documento enviado sin importar la modalidad del envío.</li> <li>11. El contratista se compromete a diligenciar cada una de las guías de los documentos producidos por el INFIHUILA, que serán objeto de envío.</li> <li>12. Recoger diariamente en las instalaciones del INFIHUILA, los documentos generados y objeto de envío, con el fin de que los mismos sean entregados de manera oportuna.</li> <li>13. La recolección de los documentos producidos por el INFIHUILA que serán objeto de envío serán recogidos por el CONTRATISTA a las 4:00 de la tarde, en las instalaciones del Instituto.</li> <li>14. Garantizar de manera eficiente la entrega de la correspondencia generada en la administración municipal, así como su custodia y cuidado.</li> <li>15. El contratista se compromete a rendir un informe mensual al Supervisor del contrato, o al funcionario que éste designe, en donde indique el saldo</li> </ol>
--	---

	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD</b>	Código: ABS-CD-R-02-02
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	Fecha Aprobación: <b>DICIEMBRE – 2016</b>
		Versión: <b>04</b>
		Página <b>8</b> de <b>11</b>

	<p>en el que vaya el contrato, y así mismo informar cuando quede solo el diez por ciento (10%) del valor del contrato, so pena de asumir los gastos que sobrepasen el presupuesto del contrato.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>16. Acreditar mensualmente con el informe del Supervisor su afiliación y pago al sistema de seguridad social en salud y pensiones, en los términos y porcentajes previstos en la normatividad vigente.</li> <li>17. El contratista deberá suministrar guías pre impresas para la prestación del servicio.</li> <li>18. Presentar en la secretaria de Gerencia las guías asignadas a cada una de la correspondencia emitida.</li> <li>19. Responder y resarcir en forma oportuna al INFIHUILA y entes de control ante los requerimientos interpuestos por fallas atribuibles a la disposición y uso de los bienes objeto del contrato.</li> <li>20. Informar inmediatamente al supervisor del contrato de las novedades que puedan.</li> <li>21. Certificar el motivo de devolución de los documentos enviados.</li> <li>22. El contratista asumirá los costos para el desarrollo del objeto contractual tales como mano de obra, insumos, materia prima, transporte, impuestos, etc., y los demás costos directos e indirectos requeridos para la ejecución de las actividades propias de suministro.</li> <li>23. Presentar informe de ejecución impreso cada vez que lo solicite el supervisor y un informe final de las actividades desarrolladas; los pagos se supeditan a la presentación de dichos informes.</li> <li>24. Todas las erogaciones tributarias que deban cancelarse con ocasión de la celebración en la cartelera Municipal serán a cargo del contratista.</li> <li>25. Responder por las actuaciones y omisiones derivadas de la celebración del presente contrato y de la ejecución del mismo de conformidad con lo establecido en la Ley 80 de 1993.</li> <li>26. Cumplir con las obligaciones al sistema de seguridad social en salud, pensiones riesgos profesionales y parafiscales en caso de personas jurídicas que se acreditará con la certificación expedida por revisor fiscal cuando exista o el representante legal y para personas naturales: salud, pensión y riesgos profesionales que se acreditará con los respectivos recibos de pago, según la ley 789 del 2002.</li> <li>27. Cumplir con sus obligaciones frente al Sistema de Seguridad Social Integral, parafiscales (Cajas de Compensación Familiar, SENA e ICBF), de conformidad con la legislación vigente.</li> </ol> <p><b>OBLIGACIONES DEL INFIHUILA:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reservar con destino a este contrato el valor total acorde con su presupuesto para la vigencia del año 2018.</li> <li>2. Cancelar en la forma y tiempo pactado el valor del contrato.</li> <li>3. Realizar a través del supervisor el seguimiento de la ejecución del presente contrato.</li> <li>4. Hacer entrega al Contratista del certificado de cumplimiento del objeto contratado, cuando corresponda.</li> <li>5. Efectuar las recomendaciones pertinentes para corregir las inconsistencias que se puedan presentar en el objeto del contrato.</li> <li>6. Las demás que conforme a la Ley le correspondan</li> </ol>
--	---




	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD</b>	Código: ABS-CD-R-02-02
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	Fecha Aprobación: <b>DICIEMBRE – 2016</b>
		Versión: <b>04</b>
		Página <b>9</b> de <b>11</b>

<b>LUGAR DE EJECUCIÓN</b>	Instalaciones del INFIHUILA- Neiva-Huila
<b>PLAZO</b>	<b>De Ejecución:</b> El Plazo para su ejecución será de hasta el 31 de diciembre de 2018 o hasta agotar el valor del contrato. <b>Vigencia:</b> Contiene el plazo de ejecución y cuatro (4) meses más.
<b>ANTICIPO</b>	SI <u>      </u> NO <u>  X  </u> Porcentaje <u>      </u> %
<b>VALOR CONTRATAR</b> <b>A</b>	El valor del contrato será el que una vez surtido el cronograma del proceso de selección, analizadas y evaluadas las propuestas que se presenten, se determine por parte del Comité designado para tal fin, sea la que ofrece las mejores condiciones técnicas, económicas y favorezca los intereses del INFIHUILA.
<b>FORMA DE PAGO</b>	El INFIHUILA pagará el valor del presente contrato mediante la suscripción de actas parciales de acuerdo al avance del objeto contractual; previa presentación del informe de actividades ejecutadas y certificación del supervisor del contrato sobre el cumplimiento a satisfacción del mismo.
<b>INTERVENTORIA</b>	SI <u>      </u> NO <u>  X  </u>
<b>SUPERVISION</b>	Sí, LUZ MIREYA MURCIA SALGADO, Auxiliar Administrativo.

**SOPORTE QUE PERMITE LA ESTIMACION, TIPIFICACION Y ASIGNACION DE LOS RIESGOS PREVISIBLES QUE PUEDEN AFECTAR EL CONTRATO:**

De conformidad con lo establecido en el artículo 4 de la ley 1150 de 2007, dentro de la ejecución del futuro contrato se estima, tipifica y asigna el siguiente riesgo por la entidad de la siguiente manera:

RIESGO	ACTUAL CALIFICACIÓN		EVALUACIÓN DEL RIESGO	TIPO DE RIESGO	PARTE QUE ASUME EL RIESGO
	PROBABILIDAD	IMPACTO			
<b>Durante la Etapa de Planeación del Proceso Contractual</b>					
La selección de modalidad de contratación adecuada.	1	4	A Zona de Riesgo Alta	C-O Cumplimiento Operatividad	INFIHUILA
Los requisitos habilitantes no sean los apropiados para el Proceso de Contratación.	2	2	B Zona de Riesgo Baja	C-O Cumplimiento Operatividad	INFIHUILA
El valor del contrato no corresponda a los precios del mercado	1	5	A Zona de Riesgo Alta	C-O-F Cumplimiento Operatividad Financiero	INFIHUILA
La descripción del bien o servicio requerido no sea clara.	2	4	A Zona de Riesgo Alta	C-O Cumplimiento Operatividad	INFIHUILA
El Proceso de Contratación no cuenta con las condiciones que garanticen la transparencia, equidad y competencia entre los proponentes	1	5	A Zona de Riesgo Alta	C-O Cumplimiento Operatividad	INFIHUILA
<b>Durante la Etapa de Selección</b>					

	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD</b>	Código: ABS-CD-R-02-02
	<b>ESTUDIOS PREVIOS</b>	Fecha Aprobación: <b>DICIEMBRE – 2016</b>
		Versión: <b>04</b>
		Página <b>10</b> de <b>11</b>

Falta de capacidad de la Entidad Estatal para promover y adelantar la selección del contratista, incluyendo el riesgo de seleccionar aquellos que no cumplan con la totalidad de los requisitos habilitantes o se encuentren incursos en alguna inhabilidad o incompatibilidad.	2	4	A Zona de Riesgo Alta	C-O Cumplimiento Operatividad	INFIHUILA
Riesgo de colusión.	1	3	M Zona de Riesgo Moderada	O-F Operatividad Financiero	INFIHUILA
Riesgo de ofertas artificialmente bajas	3	3	A Zona de Riesgo Alta	F Financiero	CONTRATISTA
<b>Durante la Etapa de la Celebración del Contrato</b>					
La no firma del contrato en el término requerido.	1	5	A Zona de Riesgo Alta	C Cumplimiento	INFIHUILA
No se presenten las garantías requeridas en los Documentos del Proceso de Contratación o que su presentación sea tardía	1	5	A Zona de Riesgo Alta	C Cumplimiento	INFIHUILA
No legalización del contrato o legalización tardía	1	5	A Zona de Riesgo Alta	C Cumplimiento	INFIHUILA
<b>Durante la Etapa de Ejecución del Contrato</b>					
Cambio de la normatividad que regula la materia	2	5	E Zona de Riesgo Extrema	C Cumplimiento	INFIHUILA
Riesgo de que no se pueda cumplir a cabalidad con el objeto del contrato.	1	5	A Zona de Riesgo Alta	C Cumplimiento	CONTRATISTA

### ANÁLISIS DE GARANTIAS Y AMPAROS

AMPAROS	TIPO DE GARANTIA	VALOR ASEGURADO	VIGENCIA	SI	NO
Cumplimiento	Póliza de seguros	No podrá ser inferior al diez por ciento (10%) del valor total del contrato	Deberá otorgarla con una vigencia igual al plazo del contrato garantizado más el plazo contractual previsto para la liquidación – 4 MESES.	x	
BUEN MANEJO Y CORRECTA INVERSION DEL ANTICIPO	Póliza de seguros	El valor de esta garantía deberá ser equivalente al cien por ciento (100%) del monto que	Su vigencia se extenderá hasta la liquidación del contrato. En caso de no haberse convenido por las partes término para la liquidación del contrato, la garantía deberá mantenerse vigente por el término legal previsto para ese efecto		X



**SISTEMA INTEGRADO DE GESTION MECI-CALIDAD**

Código: ABS-CD-R-02-02

**ESTUDIOS PREVIOS**

Fecha Aprobación:  
DICIEMBRE – 2016

Versión: 04

Página 11 de 11

Pago de Salarios, Indemnizaciones y Prestaciones Sociales	Póliza seguros	de	No podrá ser inferior al diez por ciento (10%) del valor total del contrato	Deberá extenderse por el plazo del contrato y tres años más. En caso de no haberse convenido por las partes término para la liquidación del contrato, la garantía deberá mantenerse vigente por el término legal previsto para ese efecto.		X
Responsabilidad Civil Extracontractual	Póliza seguros	de	No podrá ser inferior a doscientos salarios mínimos mensuales legales vigentes (200 SMLMV) al momento de la expedición de la póliza.	La vigencia de esta garantía se otorgará por todo el período de ejecución del contrato. En caso de no haberse convenido por las partes término para la liquidación del contrato, la garantía deberá mantenerse vigente por el término legal previsto para ese efecto.		X
Estabilidad de la obra	Póliza seguros	de	20% del valor del contrato	Término de duración del contrato y 5 años más		X
Calidad del servicio	Póliza seguros	de	No podrá ser inferior al veinte por ciento (20%) del valor total del contrato	El valor y la vigencia de estas garantías se determinarán en un año contado a partir de la prestación del servicio de conformidad con el objeto, el valor, la naturaleza y las obligaciones contenidas en el contrato. En caso de no haberse convenido por las partes término para la liquidación del contrato, la garantía deberá mantenerse vigente por el término legal previsto para ese efecto.		X
Otros Amparos				Afiliación a salud, pensión y riesgos profesionales.	X	

**ACUERDOS COMERCIALES:**

La presente contratación no está cobijada por un Acuerdo Comercial.

ANEXOS: SI \_\_\_ NO X 1. Cotizaciones, CDP. y solicitud del servicio

**ELABORÓ:**

**ORIGINAL FIRMADO**  
**LUZ MIREYA MURCIA SALGADO**  
**AUXILIAR ADMINISTRATIVO**