

## SOLICITUD DE CONTRATACIÓN

### 1. JUSTIFICACIÓN DE LA CONTRATACIÓN

INNOVATECH E.I.C.E. fue creada como Empresa Industrial y Comercial del Estado del orden Departamental, con base en la Ordenanza No. 6 de 1971 y el Decreto Extraordinario No 1309 del 29 de septiembre de 1972. Lo anterior implica que, la empresa es un organismo dotado de personería jurídica, autonomía administrativa y capital independiente, todo conforme los artículos 85 y S.S de la Ley 489 de 1998 y disposiciones concordantes.

En atención a la naturaleza de INNOVATECH, es importante señalar que esta clase de empresas están diseñadas para la ejecución de actividades de naturaleza industrial, comercial y de gestión económica, dentro de su capacidad de intervención en la economía y la promoción de eficiencias en los diversos mercados.

Cuenta con un régimen excepcional de contratación, conforme a lo establecido en los artículos 13 y 14 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 55 de la ley 1341 de 2009 por ende no se aplica el Estatuto General de Contratación Pública (ley 80 de 1993, ley 1150 de 2007 y los decretos reglamentarios de las mismas).

INNOVATECH implementa habilidades que le permitan incorporar a terceros que cuentan con estos insumos, para ello, deberá desarrollar desde varios tópicos los procesos de incorporación y seguimiento de los terceros involucrados a efectos de brindar mayor valor a la propuesta y disminuir los riesgos, no solo en el cumplimiento de las soluciones integrales sino también de los demás productos y servicios en competencia ofrecidos y vendidos a sus clientes en sus diferentes líneas de negocio.

INNOVATECH para la celebración de actos y contratos, se encuentra sometida al Derecho Privado, debiendo cumplir las reglas y principios constitucionales y legales aplicables a la función administrativa que garanticen una adecuada gestión fiscal. Dada su esencia pública, debe someterse al régimen de inhabilidades, incompatibilidades, prohibiciones y conflictos de interés.

Que INNOVATECH, ha venido desarrollando operaciones comerciales con diferentes entidades del estado para la ejecución de proyectos y programas debido a su experiencia e idoneidad en diversos campos de ejecución.

Conforme a lo expuesto INNOVATECH cuenta con su propio manual de contratación el cual fue aprobado por su junta directiva mediante *ACUERDO N.º 100-03-15-02 DE MARZO 05 DE 2024 POR EL CUAL SE PROFIERE Y ADOPTA*

*EL MANUAL DE CONTRATACIÓN DE INNOVATECH E.I.C.E* el cual se encuentra publicado en la Gaceta Departamental.

Que el Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Publicas produjo el contrato interadministrativo número 1.120.17.17-7041 que suscribió con INNOVATECH, el cual tiene por objeto "Contratar la prestación de servicios para la creación y ejecución de estrategia de comunicación de cultura y educación tributaria y fiscal para apoyar e incentivar el recaudo de los impuestos departamentales mediante la difusión y socialización de productos y anuncios audiovisuales y gráficos producidos y distribuidos dentro de la ciudad de Calí y otros Municipios del Departamento".

Así pues, la comunicación pública busca además de difundir y transmitir la información de calidad que se genera en toda la entidad, contar con servidores públicos bien informados sobre cómo opera la entidad y el aporte que cada uno realiza en la ejecución de las actividades, programas y proyectos, también debe fomentar la eficiencia, la eficacia y la calidad, la transparencia en la gestión pública. Se busca garantizar un adecuado flujo de información interna, así como de la información externa, para lo cual se requiere contar con canales de comunicación acordes con las capacidades organizacionales y con lo previsto en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información. En este sentido, es importante que tanto la información como los documentos que la soportan (escrito, electrónico, audiovisual, entre otros) sean gestionados para facilitar la operación de la entidad, el desarrollo de sus funciones, la seguridad y protección de datos y garantizar la trazabilidad de la gestión. Por lo tanto, la Información y Comunicación es una dimensión estratégica fundamental, por cuanto vincula a la entidad con su entorno y facilita la ejecución de sus operaciones internas, dándole al usuario una participación directa en el logro de los objetivos.

Así pues, para dar cumplimiento a las obligaciones establecidas en el contrato interadministrativo, se hace necesario realizar las diferentes estrategias que garanticen el fortalecimiento y dar así cumplimiento a las actividades contratadas.

## **2.OBJETO**

CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA CREACIÓN Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE CULTURA Y EDUCACIÓN TRIBUTARIA Y FISCAL PARA APOYAR E INCENTIVAR EL RECAUDO DE LOS IMPUESTOS DEPARTAMENTALES MEDIANTE LA DIFUSIÓN Y SOCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y ANUNCIOS AUDIOVISUALES Y GRÁFICOS PRODUCIDOS Y DISTRIBUIDOS DENTRO DE LA CIUDAD DE CALI Y OTROS MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO.

### 3. ANÁLISIS DE PRECIO Y SU JUSTIFICACIÓN.

#### 3.1. VALOR

Para los efectos legales y fiscales del presente contrato, el CONTRATISTA solo tendrá derecho al pago que expresamente se determina en el presente contrato, el cual tiene un valor total de SETECIENTOS TREINTA Y SIETE MILLONES OCHOCIENTOS MIL PESOS MCTE (\$737.800.000), incluido el IVA y todos los impuestos, tasas y contribuciones a que hubiere lugar por efecto de su celebración, ejecución y liquidación.

Este valor de la presente contratación se encuentra amparado por la siguiente Certificación de Disponibilidad Presupuestal:

| CDP No.  | FECHA      | RUBRO                                                                                                                 | VALOR         |
|----------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 20250419 | 30/05/2025 | 2.4.5.02.08-1-1.2.1.0.00 Servicios prestados a las empresas y servicios de producción Proy: 2.95.911.2. - C.C: 210495 | \$737.800.000 |

#### 3.2. FORMA DE PAGO:

INNOVATECH realizará el pago del valor total del contrato de la siguiente manera:

Un primer pago equivalente al treinta por ciento (30%) del valor total del contrato, esto es, la suma de doscientos veintiún millones trescientos cuarenta mil pesos M/CTE (\$ 221.340.000,00) con la presentación de plan de trabajo y cronograma y la entrega de:

- Un (1) documento con la estrategia de Comunicación que incluye la conceptualización y creación del mensaje, los productos a realizar y el cronograma.
- Cinco (5) diseños para publicación en 12 vallas o anuncios urbanos, según las dimensiones y características requeridas para su pauta.

Un segundo pago, equivalente al treinta y cinco por ciento (35%) del valor total del contrato, esto es, la suma de doscientos cincuenta y ocho millones doscientos treinta mil pesos M/CTE (\$ 258.230.000,00) con la entrega de:

- Cinco (5) diseños gráficos para vallas o anuncios urbanos, según las dimensiones y características requeridas para su pauta.
- Treinta (30) diseños para piezas gráficas digitales enmarcadas en la propuesta conceptual de la campaña.
- Cuatro (4) diseños para péndones enmarcados en la propuesta conceptual de la campaña.

- Hasta diez (10) diseños adicionales a solicitud del Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas enmarcados en la propuesta conceptual de la campaña.
- Dos (2) guiones literarios de historias en un documento que narra situaciones emotivas para promover el pago oportuno de los impuestos.
- Dos (2) guiones técnicos con las pautas y aspectos audiovisuales de las grabaciones de cada historia (encuadres, música, imágenes, efectos, audios y duración de cada plano).
- Musicalización original usada en cada historia y entregadas en una memoria USB.
- Dos (2) anuncios de 20 a 30 segundos grabados en memoria USB.
- Cuatro (4) audios grabados con las cuñas de 20 seg.
- Seis (6) guiones literarios de historias en un documento que narra situaciones emotivas para promover el pago oportuno de los impuestos.
- Seis (6) guiones técnicos con las pautas y aspectos audiovisuales de las grabaciones de cada historia (encuadres, música, imágenes, efectos, audios y duración de cada plano).
- Musicalización original entregada en una memoria USB.
- Seis (6) video Podcast de 15 a 30 minutos grabados en memoria USB.

Un tercer y último pago, equivalente al treinta y cinco por ciento (35%) del valor total del contrato, esto es, la suma de doscientos cincuenta y ocho millones doscientos treinta mil pesos M/CTE (\$ 258.230.000,00), con el informe final y los siguientes entregables.

#### Entregables:

- Cinco (5) diseños gráficos para vallas o anuncios urbanos, según las dimensiones y características requeridas para su pauta.
- Treinta (30) diseños para piezas gráficas digitales enmarcadas en la propuesta conceptual de la campaña.
- Hasta diez (10) diseños adicionales a solicitud del Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas enmarcados en la propuesta conceptual de la campaña.
- Dos (2) guiones literarios de historias en un documento que narra situaciones emotivas para promover el pago oportuno de los impuestos.
- Dos (2) guiones técnicos con las pautas y aspectos audiovisuales de las grabaciones de cada historia (encuadres, música, imágenes, efectos, audios y duración de cada plano).
- Dos (2) anuncios de 20 a 30 segundos grabados en memoria USB.

**Un (1) Video podcast tributario:** Realización de 12 capítulos de un video podcast de hasta de 30 minutos cada uno, con invitados especializados enmarcados en la propuesta conceptual de la campaña para transmitir por las

redes institucionales de Hacienda durante la ejecución de la campaña. Los video Podcast incluyen producción, logística, edición, montaje, corrección de color y sonido, alimentación y transporte de los equipos de grabación y el personal, maquillaje profesional, personal técnico. El equipo humano está conformado por: guionista, director general, director fotográfico, operadores de cámara, productor, asistente, realizador, sonidista, luminotécnico, editor, montajista, maquilladora.

- Seis (6) guiones literarios de historias en un documento que narra situaciones emotivas para promover el pago oportuno de los impuestos.
- Seis (6) guiones técnicos con las pautas y aspectos audiovisuales de las grabaciones de cada historia (encadres, música, imágenes, efectos, audios y duración de cada plano).
- Seis (6) video Podcast de 15 a 30 minutos grabados en memoria USB.
- Un (1) documento con la estrategia digital y el informe descriptivo mes a mes de las métricas obtenidas en las redes sociales del Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas.
- Realización de reels con mensajes enmarcados en el concepto de la campaña y distribuidos en el periodo de duración de la campaña.
- Un (1) documento que contiene las certificaciones de las pautas digitales realizadas en medios digitales y canales institucionales del Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas.
- Una (1) transmisión vía streaming del lanzamiento de la campaña en el lugar y hora dispuesto por el Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas.
- Un (1) documento que contiene los certificados de la emisión de los anuncios de televisión y radio contratados para la difusión.
- Cinco (5) activaciones públicas en Cali y los municipios con mayor número de vehículos obligados a contribuir mediante impuestos, con presencia de la directora de Hacienda y la Gobernadora según disposición de su agenda, estas activaciones incluyen cada una:

Gestión de los espacios de alto tráfico de los municipios, previo acuerdo de estos eventos con el Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas.

Mesa de atención y dos sillas.

Extensiones para corriente eléctrica.

Sonido para 100 personas.

Transporte, alimentación del personal.

Animador y voceadores.

- Gestión de alianzas estratégicas para la difusión del pago del impuesto vehicular y de registro en puntos de recaudo como bancos, puntos de

pago, Oficina de Registro de Instrumentos Públicos, Notarías. Esta actividad incluye los siguientes entregables:

- Elaboración de reels hasta de 2 minutos en formato profesional cinematográfico 6k pro rodado con un equipo compuesto por 2 cámaras blackmagic 6k pro; dos drones DJI 6K, kit de ópticas (juego de lentes) rokinon cine 14-24-35-50-85, 70-200, 24-70; estabilizador; juego de luces; sonido sound device Mix pre 6 2 para 6 micrófonos. Cada reel contará con su respectivo guion literario y técnico, además la elaboración de cada reel contará con el equipo humano técnico y profesional, conformado por: guionista, director general, director fotográfico, operadores de cámara, productor, asistente, realizador, sonidista, luminotécnico, editor, montajista, maquilladora

Para cada pago el contratista deberá presentar los documentos requeridos por la entidad, así como los que la posición tributaria del contratista exija las normas tributarias, y deberá contar con informe y aprobación del supervisor del contrato para cada uno de ellos.

Para cada uno de los pagos se requiere de la presentación de los informes, soportes y requisitos exigidos en el contrato para tal efecto, así como la presentación de Factura o Cuenta de Cobro detallada que cumpla con todos los requisitos de ley, presentación de evidencia de que se encuentra al día en el pago de aportes relativos al sistema de seguridad social integral Salud, pensión y ARL, de conformidad con lo establecido en el artículo 23 de la ley 1150 de 2007 - en la cual se acredite el cumplimiento del pago de las obligaciones derivadas de los aportes a los sistemas de salud, riesgos laborales, pensiones; informe de recibo a satisfacción por parte del supervisor del contrato con la factura e informe de los servicios efectivamente prestados o bienes entregados durante el mes o periodo a cobrar.

### 3.3. ANÁLISIS DE PRECIO

Se realizó estudio de mercado, de conformidad con el numeral 3 del Artículo 13 del manual de contratación de INNOVATECH, que señala "Análisis del Precio y su Justificación.", en el cual se requirieron diversas cotizaciones, las cuales fueron:

| VME            | CB ONLINE CALI | DALEROP PRODUCCIONES |
|----------------|----------------|----------------------|
| \$ 737.800.000 | \$789.089.000  | \$805.463.400        |

Así mismo, para este caso se tuvo en cuenta la capacidad técnica de la empresa VME LA AGENCIA, la cual cuenta con la experiencia e idoneidad necesaria.

## 4. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución será hasta el treinta y uno (31) de octubre de 2025 previa suscripción del acta de inicio y hasta finalizar el plazo fijado.

## 5. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA:

**5.1. OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA:** Para el desarrollo del objeto del contrato, el contratista deberá realizar las siguientes actividades:

| COMPONENTE 1               | ENTREGABLE                                                                                                                                                                                                                                   | CANTIDAD |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN | Documento que contiene la planeación integral de la campaña de Fortalecimiento de la cultura tributaria, el cual incluye el racional de la campaña, brief, estrategia, justificación, cronograma y descripción de los productos entregables. | 1        |

| COMPONENTE 2                                                  | ENTREGABLE                                                                                                                                                                      | CANTIDAD |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| DESARROLLO DE LÍNEA GRÁFICA PARA CONTENIDO DIGITAL E IMPRESO. | 1. Documento que contiene el desarrollo gráfico en digital y los insumos de la identidad visual de la campaña, como paleta de colores, tipografía, recursos y su justificación. | 1        |
|                                                               | 2. Diez (10) diseños gráficos para vallas o anuncios urbanos, según las dimensiones y características requeridas para su pauta.                                                 | 10       |
|                                                               | 3. Sesenta (60) diseños para piezas gráficas digitales enmarcadas en la propuesta conceptual de la campaña.                                                                     | 60       |
|                                                               | 4. Cuatro (4) diseños para pendones enmarcados en la propuesta conceptual de la campaña.                                                                                        | 4        |
|                                                               | 5. Hasta diez (10) diseños adicionales a solicitud del Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas enmarcados en la propuesta conceptual de la campaña.         | 10       |

| COMPONENTE 3 | ENTREGABLE | CANTIDAD |
|--------------|------------|----------|
|--------------|------------|----------|

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| <b>COMERCIALES DE TELEVISIÓN PARA LA CAMPAÑA</b> | Realización de 4 cuatro anuncios de televisión entre 20 y 30 segundos con mensajes enmarcados en la propuesta conceptual de la campaña, los cuales incluyen producción, logística, edición, montaje, corrección de color y sonido, alimentación y transporte de los equipos de grabación y el personal, maquillaje profesional, personal técnico y actores. El equipo humano está conformado por: guionista, director general, director fotográfico, operadores de cámara, operadores de drone, productor, asistente, realizador, sonidista, luminotécnico, editor, montajista, maquilladora, conductor. Los entregables consisten en: | 4 |
|                                                  | Tres (3) guiones literarios de historias en un documento que narra situaciones emotivas para promover el pago oportuno de los impuestos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3 |
|                                                  | Tres (3) guiones técnicos con las pautas y aspectos audiovisuales de las grabaciones de cada historia (encuadres, música, imágenes, efectos, audios y duración de cada plano).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3 |
|                                                  | Musicalización original usada en cada historia y entregadas en una memoria USB.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 1 |
|                                                  | Tres (3) anuncios de 20 a 30 segundos grabados en memoria USB.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3 |

| COMPONENTE 4          | ENTREGABLE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | CANTIDAD |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>CUÑAS RADIALES</b> | Realización de cuatro (4) cuñas radiales de 20 segundos cada una con mensajes enmarcados en la propuesta conceptual de la campaña, las cuales incluyen:<br>1. Estudio de grabación<br>2. Locución<br>3. Efectos especiales<br>4. Edición<br>5. Un documento con tres (3) libretos.<br>6. Un documento con tres (3) guiones técnicos.<br>7. Seis (6) audios grabados con las cuñas de 20 seg. | 4        |

| COMPONENTE 5 | ENTREGABLE | CANTIDAD |
|--------------|------------|----------|
|--------------|------------|----------|

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |    |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| VIDEO PODCAST<br>TRIBUTARIO | Realización de 12 capítulos de un videopodcast de hasta de 30 minutos cada uno, con invitados especializados enmarcados en la propuesta conceptual de la campaña para transmitir por las redes institucionales de Hacienda durante la ejecución de la campaña. Los videopodcast incluyen producción, logística, edición, montaje, corrección de color y sonido, alimentación y transporte de los equipos de grabación y el personal, maquillaje profesional, personal técnico. El equipo humano está conformado por: guionista, director general, director fotográfico, operadores de cámara, productor, asistente, realizador, sonidista, luminotécnico, editor, montajista, maquilladora. Los entregables consisten en: | 12 |
|                             | Doce (12) guiones literarios de historias en un documento que narra situaciones emotivas para promover el pago oportuno de los impuestos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 12 |
|                             | Doce (12) guiones técnicos con las pautas y aspectos audiovisuales de las grabaciones de cada historia (encuadres, música, imágenes, efectos, audios y duración de cada plano).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 12 |
|                             | Musicalización original entregada en una memoria USB.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 1  |
|                             | Doce (12) videopodcast de 20 a 30 segundos grabados en memoria USB.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 12 |

| COMPONENTE 6    | ENTREGABLE                                                                                                                                                                                          | CANTIDAD |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| CAMPAÑA DIGITAL | Creación y ejecución de una estrategia para campaña digital, los entregables consisten en:                                                                                                          | 1        |
|                 | Un (1) documento con la estrategia digital y el informe descriptivo mes a mes de las métricas obtenidas en las redes sociales del Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas.      | 1        |
|                 | Realización de reels con mensajes enmarcados en el concepto de la campaña y distribuidos en el periodo de duración de la campaña.                                                                   | 22       |
|                 | Un (1) documento que contiene las certificaciones de las pautas digitales realizadas en medios digitales y canales institucionales del Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas. | 1        |
|                 | Una (1) transmisión vía streaming del lanzamiento de la campaña en el lugar y hora dispuesto por el Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas.                                    | 1        |

| COMPONENTE 7 | ENTREGABLE | CANTIDAD |
|--------------|------------|----------|
|--------------|------------|----------|

|                                 |                                                                                                                          |   |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| <b>PUBLICACIÓN DE CONTENIDO</b> | Publicación de contenido audiovisual en medios de comunicación tradicionales, el entregable de esta actividad incluye:   | 1 |
|                                 | Un (1) documento que contiene el registro de emisión de los anuncios de televisión y radio contratados para la difusión. | 1 |

| COMPONENTE 8          | ENTREGABLE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | CANTIDAD |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>ACTIVACIÓN BTL</b> | Cinco (5) activaciones públicas en Cali y los municipios con mayor número de vehículos obligados a contribuir mediante impuestos, con presencia de la directora de Hacienda y la Gobernadora según disposición de su agenda, estas activaciones incluyen cada una: 1. Gestión de los espacios de alto tráfico de los municipios, previo acuerdo de estos eventos con el Departamento Administrativo de Hacienda y Finanzas Públicas. 2. Mesa de atención y dos sillas. 3. Extensiones para corriente eléctrica. 4. Sonido para 100 personas. 5. Transporte, alimentación del personal. 6. Animador y voceadores. | 5        |

| COMPONENTE 9                         | ENTREGABLE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | CANTIDAD |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>DIFUSIÓN EN PUNTOS DE RECAUDO</b> | Gestión de alianzas estratégicas para la difusión del pago del impuesto vehicular y de registro en puntos de recaudo como bancos, puntos de pago, Oficina de Registro de Instrumentos Públicos, Notarías. Esta actividad incluye los siguientes entregables:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |
|                                      | Elaboración de reels hasta de 2 minutos en formato profesional cinematográfico 6k pro rodado con un equipo compuesto por 2 cámaras blackmagic 6k pro; dos drones DJI 6K, kit de ópticas (juego de lentes) rokinon cine 14-24-35-50-85, 70-200, 24-70; estabilizador; juego de luces; sonido sound device Mix pre 6 2 para 6 micrófonos. Cada reel contará con su respectivo guion literario y técnico, además la elaboración de cada reel contará con el equipo humano técnico y profesional, conformado por: guionista, director general, director fotográfico, operadores de cámara, productor, asistente, realizador, sonidista, luminotécnico, editor, montajista, maquilladora. | 3        |

## 5.2. OBLIGACIONES GENERALES:

A) Utilizar todos sus conocimientos e idoneidad en la ejecución del presente contrato, comprometiéndose a tramitar y entregar los productos y actividades que hacen parte del presente contrato con calidad y oportunidad. B) Presentar los informes requeridos por el contratante para el seguimiento de las tareas encomendadas. Una vez finalice el objeto del contrato, el contratista deberá entregar al supervisor, un informe de las actividades realizadas durante su ejecución indicando los asuntos asignados, tramitados y pendientes por resolver, así como los archivos físicos y magnéticos que se hubieren generado durante la ejecución del mismo. C) Manejar la documentación a su cargo de conformidad con normativa vigente, aplicando los instructivos correspondientes al Sistema de Gestión de Calidad y el Modelo Estándar de Control Interno adoptado por la Entidad, organizando los documentos físicos correspondientes a su labor, atendiendo la normatividad según la Ley General de Archivo y efectuar la entrega de la misma al supervisor del contrato, aplicando los formatos adoptados por la Entidad. D) El contratista se compromete a cumplir con las normas y procedimientos sobre el Sistema de Gestión de Seguridad Social y Salud en el trabajo de la Entidad. Si en el desarrollo del objeto contractual se realizan actividades de campo y/o visitas a obras, el contratista, a sus expensas, deberá dotarse y acudir a estos lugares con los implementos de seguridad industrial mínimos requeridos, tales como casco, botas, gafas protectoras, etc. E) En el evento en que el contratista al momento de suscribir el presente contrato pertenezca al régimen tributario de no ser responsable de IVA y durante la vigencia del mismo adquiera la obligación de inscribirse en el régimen como responsable de IVA, se compromete a realizar cambio de régimen ante la DIAN dentro de los términos que otorga la ley y a reportar dicha situación al contratante para lo cual aportará el RUT actualizado, lo anterior de conformidad con normativa vigente aplicable. F) El contratista se compromete a mantener actualizados todos sus documentos en la Entidad, especialmente el RUT. G) Velar por el buen uso de los bienes entregados por el supervisor o el contratante para realizar sus actividades. H) Reportar al contratante el número de cuenta bancaria de ahorro o corriente, donde se le ha de consignar el pago derivado de la ejecución del presente contrato. I) Cumplir con la política de seguridad de la información establecida por la Entidad, con el fin de garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información bajo su responsabilidad. J) Mantener actualizado el registro en los sistemas de información del contratante en tiempo real, cuando a ello hubiere lugar. K) Toda información o formatos generados por el contratista son propiedad del Instituto. L) Cumplir durante el desarrollo del objeto contractual, cuando se requiera utilizar dispositivos y/o equipos tecnológicos personales o de la administración, con que todo software y herramientas utilizadas e instaladas en la ejecución de sus obligaciones no vulneran ninguna normativa, contrato, derecho, interés, patentes, legalidad o propiedad de tercero, y que por el contrario todo lo utilizado este debidamente licenciado. M) Cumplir con las estrategias, políticas y actividades en materia de transparencia, integridad, prevención y detección de la corrupción y ante cualquier conocimiento de hechos que atente contra este principio, lo hará conocer al contratante. N) Divulgar y aplicar la política ambiental, de

seguridad y salud ocupacional establecida por el contratante, al ejecutar sus actividades o servicios sin crear riesgo para la salud, la seguridad o el ambiente. El (la) contratista deberá tomar todas las medidas conducentes a evitar la contaminación ambiental, la prevención de riesgos durante la ejecución de sus operaciones o actividades y cumplirá con todas las leyes ambientales, de seguridad y salud ocupacional, aplicables. El (la) contratista no dejará sustancias o materiales nocivos para la flora, fauna o salud humana, ni contaminará la atmósfera, el suelo o los cuerpos del agua. La violación de estas normas se considerará incumplimiento grave del contrato, y el contratante podrá aplicar la cláusula penal o multas a que hubiere lugar, sin perjuicio de las demás acciones legales o sanciones que adelante la autoridad o ente competente de orden Municipal o Nacional. Ñ) Cumplir con el pago de los aportes al sistema de integral de seguridad social en salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje, cuando a ello haya lugar de conformidad con lo establecido en el artículo 50 de la ley 789 de 2002.

## 6. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LA OFERTA MÁS FAVORABLE

Conforme al Manual de Contratación de INNOVATECH aprobado a través de ACUERDO No. 100-03-15-02 "POR EL CUAL SE PROFIERE Y ADOPTA EL MANUAL DE CONTRATACIÓN DE INNOVATECH E.I.C.E", procede la siguiente modalidad:

| MODALIDAD                                                   | SUSTENTO NORMATIVO                                   | MODALIDAD APLICABLE |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------------|
| Contratación Mínima De Corta Duración.                      | Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024<br>Artículo 24    | (____)              |
| Contratación Simplificada.                                  | Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024<br>Artículo 25    | (____)              |
| Contratación Menor.                                         | Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024<br>Artículo 26    | (____)              |
| Invitación Cerrada.                                         | Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024<br>Artículo 27    | (____)              |
| Invitación Pública.                                         | Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024<br>Artículo 28    | (____)              |
| Invitación Directa.                                         | Acuerdo 100-03-15-02 de<br>05/03/2024<br>Artículo 29 | (_XX_)              |
| Por Ofrecimientos de Negocios de Terceros.                  | Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024<br>Artículo 30    | (____)              |
| Alianzas estratégicas.                                      | Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024<br>Artículo 31    | (____)              |
| Compras en grandes superficies.                             | Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024<br>Artículo 32    | (____)              |
| Compra en Páginas Web o Plataformas de Comercio Electrónico | Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024<br>Artículo 33    | (____)              |

## 7. RIESGOS ASOCIADOS AL PROCESO E INCLUSIÓN DE GARANTÍAS:

Ver anexo Riesgos.

Conforme lo estipulado en el artículo 40 y subsiguientes del Manual de Contratación de INNOVATECH el contratista deberá constituir alguna de las garantías allí establecidas en los siguientes amparos:

|                                            |                                            |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Proceso aplica para exigencia de garantías | SÍ ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
|                                            | NO ( <input type="checkbox"/> )            |

| Amparo requerido por la entidad (señalar opciones) | Riesgos a amparar por el cooperante              | Monto | Base de liquidación                         | Vigencia del seguro                                    |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| ( <input checked="" type="checkbox"/> )            | Cumplimiento:                                    | 10%   | Sobre el valor del contrato                 | Por el término de duración del contrato y 6 meses más. |
| ( <input checked="" type="checkbox"/> )            | Calidad del servicio                             | 10%   | Sobre el valor del contrato                 | Por el término de duración del contrato y 6 meses más. |
| ( <input checked="" type="checkbox"/> )            | Amparo de salarios y prestaciones sociales       | 10%   | Sobre el valor del contrato                 | Por el término de duración del contrato y 3 años más.  |
| ( <input checked="" type="checkbox"/> )            | Seguro de responsabilidad civil extracontractual | 200   | Salarios mínimos legales mensuales vigentes | Durante la ejecución del contrato                      |

## 8. OTROS

### 8.1. Supervisión

La supervisión del contrato estará cargo de INNOVATECH y se ejercerá a través del funcionario que designe el Gerente para ello en los términos que señale en contrato a celebrar y el Manual de Contratación interno.

Santiago de Cali, 30/05/2025

Atentamente,

LUZ STELLA BETANCOURT E.  
Subgerente comercial y producción.

Redactor y transcriptor: Daniela Van Strahlen Madrid – Contratista  
Revisó: Julián Alberto Ruiz Sánchez - Contratista  
Aprobó: Luz Stella Betancourt Echavarría - Subgerente comercial y producción

