

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 dentro del quehacer normal de la Empresa, y aras de captar clientes, se deben adelantar actuaciones de comercialización y ofrecimiento de servicios a empresas, por una parte, captar nuevos clientes y por otra, para conservar nuevos. Parte de esas actividades implica el ofrecimiento de servicios adicionales y de promoción que son asumidos por la Empresa sin que implique un compromiso y como señal de entendimiento para las empresas.

Así pues, esta actividad tiene relación directa con lo consignado en el Acuerdo de Junta Directiva número 100-03-01-11 de 15/11/2024 "Por medio del cual se ajusta la estructura orgánica y se actualiza el manual específico de funciones y de competencias laborales de Impretics E.I.C.E", que establece en su artículo Quinto, el Propósito Principal de la Subgerencia Comercial y Producción la de: *"Dirigir, organizar, formular políticas, adoptar los planes, programas y proyectos de comercialización y producción. (...)"*.

A su vez, dicho manual indica como criterio de desempeño del cargo, el de *"1. Las políticas de mercadeo, promoción y comercialización de los productos y servicios de INNOVATECH EICE deberán guardar coherencia y estar articuladas al Plan Estratégico Institucional y así como, lo establecido para el cumplimiento de prospección comercial y de ventas que generan ingresos para la autosostenibilidad de INNOVATECH EICE, teniendo en cuenta que la empresa no recibe situados, ni transferencias presupuestales de ninguna entidad pública"*.

Así mismo, a la fecha de cuenta con el Plan de Mercadeo 2025, el cual indica como Objetivo Específico el *"3. Incrementar la fidelización de clientes de la entidad a través de acciones positivas que vinculen emocionalmente al ordenador del gasto con nuestro portafolio y/o servicio"*

Como quiera que dentro del marco funcional de la Subgerencia Comercial y de Producción se encuentran la generación de estrategias tendientes a incrementar los ingresos de la entidad, pues la misma es autosostenible y debe competir con el sector privado.

Por ello, una de las estrategias de comercialización consiste en apoyar al Departamento de Valle del Cauca como cliente establecido desde varias vigencias y a posibles clientes potenciales para realizar una actividad PENDINETE PROPUESTA PARA INCLUIR QUÉ TIPO ES.

Así las cosas, las actividades de comercialización de servicios son estrategias y acciones diseñadas para atraer, retener y satisfacer a los clientes en un sector en el que el producto principal no es tangible, y que permite a Innovatech EICE generar

una propuesta de valor con características únicas del servicio y que dan un valor agregado a las futuras propuestas que la Empresa remite a entidades como la Gobernación del Valle o la Alcaldía Distrital de Buenaventura siendo potenciales clientes, que puede generar una fidelización del cliente a futuro, la conquista de nuevos espacios de negociación con entidades o la retoma de clientes anteriores.

La comercialización de servicios es fundamental porque permite a las empresas establecer relaciones sólidas y duraderas con sus clientes, algo crucial en el sector de servicios donde la experiencia y satisfacción del cliente son el centro de la oferta.

Algunas razones clave por las que es importante la comercialización de servicios por parte de Innovatech incluyen:

1. Diferenciación en un Mercado Competitivo, respecto de los demás proveedores:

A diferencia de los productos físicos, los servicios son intangibles, y su valor a menudo depende de la percepción del cliente. La comercialización permite a las empresas resaltar las cualidades únicas de su servicio, diferenciándose de la competencia y construyendo una identidad de marca sólida.

Dada su naturaleza jurídica INNOVATECH EICE actúa en un entorno de competencia donde la intangibilidad de los servicios exige una diferenciación basada en la percepción de valor del cliente. Esta estrategia es fundamental para resaltar cualidades únicas que permitan a la empresa sobresalir frente a proveedores privados, construyendo una identidad de marca que justifique su elección en el mercado.

2. Generación de Confianza y Credibilidad

La comercialización de servicios se basa en crear confianza en el cliente, especialmente porque, al no haber un producto tangible, la calidad del servicio puede variar con cada experiencia. Estrategias de marketing efectivas ayudan a proyectar una imagen confiable y profesional, esencial para que el cliente esté dispuesto a comprar un servicio, o como aquí se pretende, continuar prestándolo.

Al no existir un producto físico, la calidad percibida es el pilar de la contratación. La implementación de estrategias de marketing profesional proyecta una imagen de idoneidad y experiencia, elementos que INNOVATECH ya posee, pero que requieren ser comunicados efectivamente para garantizar que el cliente opte por la continuidad o adquisición del servicio.

3. Creación de Relaciones a Largo Plazo

En el sector de servicios, la relación entre el cliente y la empresa es continua y personalizada. La comercialización de servicios permite a las empresas mantener el contacto, entender mejor las necesidades del cliente y adaptarse para ofrecer una experiencia mejorada, fomentando la lealtad del cliente, y la fidelización con Innovatech para la provisión de bienes y servicios.

La contratación de servicios se fundamenta en relaciones continuas. Esta estrategia busca entender las necesidades específicas del cliente para adaptar la oferta, fomentando la fidelización y lealtad. Esto es vital para asegurar que entidades como la Gobernación del Valle o la Alcaldía de Buenaventura mantengan a INNOVATECH como su aliado estratégico

4. Aumento de la Satisfacción y la Retención del Cliente

Una buena estrategia de marketing de servicios se enfoca en la satisfacción del cliente y en mejorar su experiencia. Esto, a su vez, incrementa las posibilidades de que el cliente vuelva a comprar y recomiende el servicio a otros, lo cual es esencial para el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa.

El enfoque en la experiencia del usuario incrementa la probabilidad de recompra y recomendación. En un modelo de autosostenibilidad donde no se reciben transferencias presupuestales, la retención de clientes existentes es una necesidad financiera crítica para la supervivencia de la entidad

5. Generación de Valor y Posicionamiento de Marca

La comercialización permite que las empresas comuniquen claramente el valor y los beneficios de su servicio. Esto es crucial para posicionarse en la mente del cliente, facilitando la elección de su servicio sobre el de la competencia. Un buen posicionamiento de marca también ayuda a atraer segmentos de mercado específicos.

Es imperativo comunicar claramente los beneficios del portafolio de servicios para posicionarse en la mente del ordenador del gasto. Un posicionamiento sólido permite atraer segmentos de mercado específicos y facilitar la toma de decisiones en favor de la empresa.

6. Impacto en la Rentabilidad

Esta estrategia de comercialización es adecuada y mejora la visibilidad y la percepción del servicio, lo cual se traduce en un mayor volumen de ventas o el sostenimiento de estas en el tiempo. Además, se optimiza el recurso para enfocar los esfuerzos en los clientes de mayor valor.

La comercialización técnica optimiza el uso de recursos al enfocar esfuerzos en clientes de alto valor. Esto se traduce directamente en un volumen sostenido de ventas, garantizando los ingresos necesarios para que la empresa cumpla su objeto social sin depender de recursos del Estado.

7. Sentido de Responsabilidad Social de la Empresa

Como organismo dotado de personería jurídica y autonomía, INNOVATECH no solo busca rentabilidad, sino que sus actuaciones deben impactar positivamente en el desarrollo departamental. El apoyo a clientes estatales como la Gobernación del Valle o a nuevos clientes en el apoyo a sus proyectos garantiza que los servicios prestados redunden en el bienestar de la comunidad, cumpliendo con los fines del Estado establecidos en el Artículo 2 de la Constitución Política de Colombia, que ordena a las autoridades asegurar el cumplimiento de los deberes sociales.

8. Apertura de Nuevos Negocios

La naturaleza industrial y comercial de la entidad la faculta para la "prospección comercial y de ventas". El contrato pretendido es la herramienta para conquistar nuevos espacios de negociación y retomar clientes anteriores. Esto se alinea con la facultad de la Subgerencia Comercial para adoptar planes de expansión que generen nuevos flujos de ingresos.

9. Estrategia de Posicionamiento de Marca

La marca INNOVATECH debe ser sinónimo de eficiencia y modernización administrativa. El Plan de Mercadeo 2025 busca vincular "emocionalmente al ordenador del gasto (contratante / cliente)" con el portafolio de servicios. Esto requiere una gestión de marca profesional que destaque la ventaja competitiva de ser una entidad pública con régimen de derecho privado, combinando la seguridad jurídica pública con la agilidad privada.

10. Exploración de Mercado

La ejecución de actividades de gestión económica exige un análisis constante de las tendencias del mercado. Este contrato permitirá a la empresa identificar necesidades insatisfechas en el sector público y privado, adaptando su capacidad de intervención para ofrecer "soluciones integrales" y disminuir riesgos en la competencia.

Por lo anterior, se requiere adelantar la contratación de una persona natural o jurídica con experiencia e idoneidad para apoyar la gestión de comercialización de la empresa frente a un cliente específico.

2.OBJETO

PRESTACIÓN DE SERVICIOS TENDIENTES A APOYAR LA GESTIÓN DE COMERCIALIZACIÓN DE INNOVATECH EICE FRENTE A CLIENTES POTENCIALES A TRAVÉS DEL MONTAJE EVENTO CULTURAL EN PUNTO ESPECÍFICO DEL DEPARTAMENTO DEL VALLE.

2.1. ALCANCE DEL OBJETO:

ALCANCE:

El desarrollo del objeto tendrá el siguiente alcance:

1. Generar espacios de recreación y unión familiar durante este encuentro familiar.
2. Entregar 2.000 regalos tipo detalle a niños y niñas.
3. Realizar 20 rifas para los niños asistentes.
4. Instalar una tarima de 6 x 6 metros adecuada para el desarrollo de actividades culturales.
5. Garantizar sonido profesional y sillas para el aforo estimado.
6. Coordinar actividades lúdicas y de animación durante el evento masivo.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE SERVICIOS Y SU ALCANCE

Producción técnica y logística

- Tarima de 6 x 6 metros con faldón negro, escaleras y cubierta.
- Sistema de sonido profesional con consola digital, line array, retornos, iluminación escénica, cabezas robóticas, máquina de humo y microfonía profesional.
- 4.000 sillas Rimax sin brazos.
- Iluminación decorativa y ambiental.
- Carpas de apoyo para logística, alimentos y coordinación.
- Baños portátiles.

Actividades artísticas y recreativas

- Animación profesional durante el evento masivo.
- Dirección general del evento.
- Actividades lúdicas, recreativas y dinámicas para toda la comunidad.
- Presentaciones artísticas especiales o invitados culturales.
- Realización de 20 rifas para niños y niñas.

Entrega de refrigerios y regalos

- 2.000 regalos para niños y niñas.
- 20 regalos especiales para rifas.
- 4.000 refrigerios compuestos por pastel hojaldrado y jugo en caja.

Incluye costos asociados a:

- Permiso de uso de espacio público.
- Inspección y certificado del Cuerpo de Bomberos.
- Coordinación con la Secretaría de Seguridad y Justicia.
- Póliza de responsabilidad civil.

Personal

- Equipo logístico y operativo.
- Coordinadores de área.
- Animadores.
- Apoyo técnico de sonido, iluminación y montaje.
- Personal de aseo y manejo de residuos.

METODOLOGÍA DE EJECUCIÓN

Fase 1 – Planeación

- Visita técnica al lugar del evento.
- Levantamiento de aforo, riesgos y necesidades logísticas.
- Diseño del plan de seguridad y emergencias.
- Cronograma de montaje, ejecución y desmontaje.

Fase 2 – Gestión administrativa

- Radicación de permisos ante la Alcaldía del Distrito de Buenaventura, Bomberos y entes de control.
- Contratación de proveedores y aseguramiento del recurso humano.
- Adquisición de regalos y refrigerios.

Fase 3 – Producción del evento

- Montaje de tarima, sonido, iluminación y mobiliario.
- Puesta en marcha de actividades recreativas.
- Entrega de refrigerios y regalos.
- Desarrollo integral del evento, rifas y animación.

Fase 4 – Cierre y evaluación

- Desmontaje y limpieza del área intervenida.
- Elaboración de informe técnico y fotográfico.
- Relación de beneficiarios y ejecución final.

DETALLE DE ACTIVIDADES:

ITEM	DESCRIPCION	CANT
COMPONENTE 1. LOGISTICA Y MONTAJE		
1.0	Tarima de 6 X 6 Mts con Escaleras, faldón negro y con cubierta (incluido transporte)	1
1.1	Sillas rimax sin brazos (incluido transporte)	4000
1.2	Sonido con Consola digital de 32 canales, 8 line Array, 4 bajos dobles, 8 retornos, 12 par led en tarima, 2 cabezas robóticas, máquina de hum, micrófonos sneiheder y cableado general (en estructura truss de aluminio)	1
1.3	Carpa 4x4 para artistas y grupos musicales.	2
1.4	Carpa con módulo de 18 mts x 24 mts para proteger al personal asistente de la lluvia + 4 isotanques + transporte	1
1.5	Baños móviles con instalación y transporte, 5 para hombres y 5 para mujeres.	10
1.6	Coordinador logístico y operativo	1
1.7	Staff y personal logístico durante todo el evento encargado del ingreso, los artistas, entregar refrigerios, etc.	1
1.8	Decoración emblemática del evento masivo.	1
1.9	Servicio de transporte para algunos asistentes de diferentes comunas al lugar de los eventos.	10
COMPONENTE 2. ACTIVIDADES Y PROGRAMACION		
2.0	Animación y dirección del evento.	1
2.1	Regalos tipo detalle para niños y niñas	2000
2.2	Rifas para niños y niñas beneficiarios.	20
2.4	Actividades lúdicas, recreativas y culturales con enfoque navideño para niños, niñas y adultos.	1
COMPONENTE 3. PERMISOS		
3.1.	Permisos ante entidades municipales para la realización del evento	1

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 **DOSCIENTOS CINCUENTA MILLONES DE PESOS M/CTE (\$250.000.000)**, 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
20260017	05/01/2026	2.4.5.02.08-1-1.2.1.0.00 Servicios prestados a las empresas y servicios de producción Proy: 2.95.947.3 C.C: 210495	\$ 250.000.000

3.2. FORMA DE PAGO:

INNOVATECH realizará el pago del valor total del contrato así:

1. Un (1) pago inicial equivalente al 40% a la entrega del cronograma, plan de trabajo y planimetría del evento.
2. Un (1) pago final por el saldo total del contrato a la terminación de las actividades

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:

COT 1	COT 2
\$ 250.000.000	\$ 278.548.310,20

Así mismo, para este caso se tuvo en cuenta la experiencia y capacidad técnica de la empresa FUNDACION PARA EL DESARROLLO, LA EDUCACION Y LA SALUD - FUNDADES, 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 enero de 2026 o de manera anticipada por el cumplimiento total de las actividades, 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:

- 1) Prestar los servicios de acuerdo con el alcance y especificaciones técnicas y las condiciones económicas acordadas entre las partes.
- 2) Realizar los eventos programados y previamente definidos por la entidad según los lineamientos emitidos por el supervisor para el cumplimiento de las agendas de trabajo proyectadas.
- 3) Proveer la totalidad de ítems y elementos, en los lugares y plazos requeridos por el supervisor para cada evento, presencial o virtual.
- 4) Garantizar la idoneidad del personal requerido para la correcta ejecución del contrato.
- 5) Garantizar que el equipo de personal esté en permanente disposición para el cabal cumplimiento de las obligaciones contractuales. El equipo de trabajo deberá asistir a todas las reuniones que convoque el supervisor y/o el apoyo del supervisor, y levantar un acta de cada una de ellas.
- 6) Hacer entrega al supervisor de un informe de gestión de acuerdo con lo establecido en las especificaciones técnicas cuando se hayan ejecutado eventos.
- 7) El contratista deberá asumir toda la gestión del evento. Por tal razón, deberá acompañar la producción, ejecución y cierre de cada uno de los eventos. El proveedor indicará los datos de contacto de al menos dos personas encargadas de la gestión, acompañamiento presencial y cierre del evento, a la cual se le puedan realizar los requerimientos y consultas necesarias para el normal desarrollo de cada una de las actividades requeridas.
- 8) Para cada evento, el contratista debe disponer de todo el personal necesario para realizar la coordinación, preparación, montaje, adecuación y supervisión del evento.
- 9) Garantizar el aseo antes, durante y después de todos los espacios a utilizarse para la realización de los eventos.
- 10) Suministrar alimentos de calidad, cumpliendo con las normas de salubridad y en perfecto estado.
- 11) Garantizar la inocuidad de los alimentos a lo largo de la cadena alimentaria, hasta el punto de consumo final.

- 12) Garantizar una adecuada disposición final de residuos sólidos después de cada uno de los servicios prestados para cada evento.
- 13) Garantizar los precios ofrecidos en su oferta económica y su vigencia durante el contrato.

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 Artículo 24	()
Contratación Simplificada.	Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024 Artículo 25	()
Contratación Menor.	Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024 Artículo 26	()
Invitación Cerrada.	Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024 Artículo 27	()
Invitación Pública.	Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024 Artículo 28	()
Invitación Directa.	Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024 Artículo 29	(XX)
Por Ofrecimientos de Negocios de Terceros.	Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024	()

	Artículo 30	
Alianzas estratégicas.	Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024 Artículo 31	()
Compras en grandes superficies.	Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024 Artículo 32	()
Compra en Páginas Web o Plataformas de Comercio Electrónico	Acuerdo 100-03-15-02 de 05/03/2024 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 (☒)
	NO ()

Amparo requerido por la entidad (señalar opciones)	Riesgos a amparar por el cooperante	Monto	Base de liquidación	Vigencia del seguro
()	Garantía de Seriedad	100%	Valor de propuesta	Por el término de presentación de oferta y 60 días más
()	Buen manejo y correcta inversión del anticipo	100%	Valor entregado a título de anticipo o pago anticipado	Hasta la terminación del contrato
(☒)	Cumplimiento:	10%	Sobre el valor del contrato	Por el término de duración del contrato y 6 meses más.
()	Calidad del bien	10%	Sobre el valor del contrato	Por el término de duración del contrato y 6 meses más.
(☒)	Calidad del servicio	10%	Sobre el valor del contrato	Por el término de duración del contrato y 6 meses más.
()	Amparo de provisión de repuestos y accesorios	100%	Sobre el valor del contrato	Hasta la terminación del contrato
(☒)	Amparo de salarios y prestaciones sociales	10%	Sobre el valor del contrato	Por el término de duración del contrato y 3 años más.
()	Amparo de estabilidad de la obra	10%	Sobre el valor del contrato	Una vez se cuente con la terminación de la obra por 5 años más
(☒)	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, 05/01/2026

Atentamente,


LUZ STELLA BETANCOURT ECHAVARRÍA
Subgerente comercial y producción

Redactor y transcriptor: Juan Camilo Dorado B. – Contratista

Revisó: Julián Alberto Ruiz Sánchez - Contratista

Aprobó: Luz Stella Betancourt Echavarría - Subgerente comercial y producción