

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 1 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

SUBGERENCIA QUE PROYECTA: SUBGERENCIA COMERCIAL Y OPERATIVA

FECHA: JULIO/2024

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

La Lotería de Boyacá tiene como misión generar recursos económicos para la salud de los colombianos a través de la venta de su producto. La entidad desarrolla su actividad principal en el mercado monopolístico de juegos de suerte y azar regulado por la ley 643 del 2001, para atender las actividades propias de la empresa, dando aplicabilidad al plan operativo de comercialización 2024, aprobado mediante resolución 815 del 12 de diciembre de 2023 y al plan de adquisiciones para la vigencia 2024, y que por consiguiente se hace necesario llevar a cabo actividades comerciales para incrementar las ventas de lotería de Boyacá.

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

En cumplimiento de estos planes, las estrategias comerciales y del Plan de Mercadeo de la Lotería de Boyacá para el presente año, específicamente en la ejecución del Plan de Medios, se requiere fortalecer la marca del producto lotería, con el fin de dar cumplimiento de las metas fijadas en el presente año para aumentar las transferencias al sector de la salud.

Que los sorteos tanto ordinarios como los extraordinarios que se proyectan y desarrollan en la presente vigencia, permiten el cumplimiento de la misión de la entidad, requieren un impulso publicitario para brindar confianza, dar muestra de transparencia y hacer participativo el juego realizado por la Lotería para con nuestros clientes, logrando así maximizar ventas, aumentar nuestros ingresos y rentabilidad y de este modo poder transferir más recursos a la salud de los colombianos.

Las estrategias comerciales que se vienen adelantado apuntan al cumplimiento de los objetivos que se enfoca en "Vender efectivamente, innovando las estrategias de mercadeo y comercialización de la Lotería de Boyacá y conociendo su entorno y mercado" para así lograr el incremento de las ventas, la consolidación del posicionamiento de nuestra marca y en la recordación de la misma, fundamenta la razón por la cual se requiere una efectiva promoción a través de canales de comunicación de gran impacto como los medios escritos y digitales.

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacaré!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 2 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

Que el ciclismo posee una serie de características pecuniarias que lo convierten en un deporte publicitariamente muy atractivo y rentable ya que es un deporte muy cercano al espectador y totalmente accesible porque no es necesario comprar una entrada para ver una prueba, simplemente basta con acercarse a las carreteras por donde pasan los ciclistas.

Que el ciclismo es una de las disciplinas deportivas que más éxitos ha aportado al deporte nacional, local y regional, el público es muy variado, sin distinción de sexo, edad ni clase social, ya que todo el mundo ha practicado ciclismo alguna vez.

Que el alcance del mundo del deporte es casi inigualable para cualquier otra actividad y las empresas lo saben muy bien, por eso y con el tiempo se ha ido fraguando una relación muy beneficiosa para ambas partes que acaba desembocando en beneficio de la marca Lotería de Boyacá y que ofrece a equipos y deportistas una importantísima vía para generar ingresos y para las empresas que participan adquiriendo espacios publicitarios en una penetración en el mercado que no se encuentra en otros ámbitos.

Que La Lotería de Boyacá ha realizado eventos con la marca de la lotería de Boyacá en eventos ciclísticos, evidenciando un crecimiento en las ventas, por lo que ha obtenido un refuerzo de su marca, por todo el reconocimiento a nivel nacional e internacional del deportista.

Que la Lotería de Boyacá, ha experimentado un crecimiento en ventas del producto en el desarrollo de las actividades artísticas culturales y deportivas que se desarrollan en los diferentes municipios del país y que es una muy buena oportunidad de negocio para la marca, en la medida que este tipo de promoción es más eficaz a largo plazo y crea un lazo más fuerte con los clientes ya que llega directamente a una gran variedad de audiencia participativa.

Que el alcance del mundo del deporte es casi inigualable para cualquier otra actividad y las empresas lo saben muy bien, por eso y con el tiempo se ha ido fraguando una relación muy beneficiosa para ambas partes que acaba desembocando en beneficio de la marca Lotería de Boyacá y que ofrece a equipos y deportistas una importantísima vía para generar ingresos y para las empresas que participan adquiriendo espacios publicitarios en una penetración en el mercado que no se encuentra en otros ámbitos.

Que La Lotería de Boyacá ha realizado eventos con la marca de la lotería de Boyacá en eventos ciclísticos, evidenciando un crecimiento en las ventas, por lo que ha obtenido un refuerzo de su marca, por todo el reconocimiento a nivel nacional e internacional del deportista.

2. ESTUDIO DEL SECTOR:

ANÁLISIS ECONÓMICO DEL SECTOR

IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 3 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

De acuerdo con lo establecido en el artículo 12 de la Ley 643 de 2001, corresponde a los departamentos y al Distrito Capital la explotación, como arbitrio rentístico, de las loterías tradicionales. La Lotería de Boyacá con fundamento en la Ley 643 de 2001, como titular del monopolio rentístico de los juegos de suerte y azar en el Departamento de Boyacá, para ello opera y comercializa su producto principal la Lotería de Boyacá, realizando directamente la comercialización de la Lotería de Boyacá, actividad fundamental para desarrollar el objeto social.

Para lo anterior se hace necesario asumir estrategias comerciales que permitan mantener el posicionamiento de marca en las diferentes condiciones que la economía, el comportamiento de la demanda y las variaciones en el mercado presenten, por lo que una de ellas es la publicidad focalizada a nichos de mercado de la órbita departamental y nacional, por lo que se hace pertinente pautar en medios de comunicación donde la publicidad es una actividad en la que interviene activa, pasiva y receptivamente una diversidad de consumidores sea cual sea la marca y producto ofertado. El apoyo a la venta que genera los medios de comunicación es el método más lógico, eficiente y eficaz como una herramienta de predilección en la comercialización.

Teniendo en cuenta las características anteriores y de conformidad con lo estipulado en el Manual de contratación de la Lotería de Boyacá, adoptado Acuerdo 010 del 27 artículos 29 y 30 de Octubre de 2022, se requiere realizar proceso de contratación a través de contratación directa , donde se convoque para el cumplimiento de las características propias y de calidad que requerimos para la publicidad de los productos y estrategias publicitarias de la Lotería de Boyacá a nivel Nacional y /o regional , por lo que se hace necesario contratar un tercero experto que cumpla con los requerimientos de la Entidad.

El departamento de Boyacá posee una riqueza notable en aspectos históricos, paisajísticos, gastronómicos, culturales, mitológicos, socioeconómicos y de recursos naturales. Estos elementos hacen de Boyacá un territorio ideal para desarrollar nuevas economías a través del turismo, promoviendo economías sostenibles que generen empleo e ingresos para las diversas zonas que se visibilicen mediante el proyecto "Viajando en Bici".

Actualmente, el turismo es el sector de mayor crecimiento económico en el mundo, proporcionando ingresos significativos a los lugares que se han promocionado mediante estrategias de marketing y mercadeo. Sin embargo, Boyacá aún no ha ingresado de manera efectiva en la promoción y visibilización de sus riquezas. Esta falta de estrategias ha impedido el desarrollo integral en áreas con gran potencial turístico.

El proyecto "Viajando en Bici" se presenta como una excelente alternativa para mostrar Boyacá al mundo, promoviendo un turismo sostenible y abriendo la posibilidad de generar nuevas economías, formar empresas, crear empleo y mejorar la calidad de vida en los territorios. Este proyecto puede ser un gran aliado para que los mandatarios locales muestren sus municipios y sus sitios de interés, impulsando proyectos relevantes y capacitando a los habitantes para ofrecer servicios de calidad.

DESCRIPCIÓN DEL SECTOR:

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 4 DE 20
			ESTUDIOS PREVIOS

El sector de los medios de comunicación corresponde a una actividad económica del sector terciario también denominado sector de servicios que en su amplio espectro abarca los servicios empresariales, las actividades inmobiliarias, los establecimientos financieros y los seguros, entre otras. El sector de servicios desarrolla actividades como el comercio, transporte, comunicaciones, servicios sociales y está constituido, entre otros, por el subsector de las telecomunicaciones, del que hacen parte las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación.

El manejo de la información que circula a través de los canales de comunicación (televisados, impresos, virtuales como portal web, redes sociales, radio, entre otros) de los diferentes medios de comunicación locales, regionales, alternativos, nacionales e internacionales es un servicio que con el paso de los años ha crecido, a la par con los medios de comunicación escritos.

En una economía de mercados, donde las organizaciones son valoradas no solo por sus activos físicos sino por algunos intangibles como su reputación organizacional y GoodWill, se ha hecho más indispensable para los equipos de comunicaciones de las empresas, contar con información al día de su organización, para emprender acciones que contribuyan en direccionar sus políticas, ajustar sus objetivos y responder a las necesidades de sus grupos de interés. Conocer de primera mano de qué se habla, en este caso, del mercado de los juegos de suerte y azar, tanto en medios tradicionales como sociales, ofrece una ventaja de reaccionar en tiempo real a las necesidades de información de la ciudadanía y de ofrecer productos que tengan mayor acogida por parte de estos.

Al tener servicios contratados en los medios y en las plataformas visuales, radiales, digitales o escritas, permite preparar estrategias en toma de decisiones en tiempo real: tener la información de la organización, compradores, sectores, aliados, detractores o voceros en una misma plataforma y con posibilidad de generar análisis que le permite tener una radiografía 360° de cómo es visto el proyecto a través de los medios de comunicación por la opinión pública. Además, el crecimiento de las redes sociales, su utilización en alza y la gran cantidad de información que hoy los consumidores generan y comparten sobre las marcas y organizaciones por medio de dichos canales, ha llevado a que las empresas y entidades empiecen a ampliar su espectro ahora hacia los medios digitales en el mercado regional y nacional, es importante señalar que existe un numero plural de empresas que eventualmente podrían ofrecer estos servicios.

ASPECTO ECONÓMICO Y DE MERCADEO

CONTEXTO ECONOMÍA MUNDIAL – DESEMPEÑO - HISTÓRICO

Se proyecta que el crecimiento mundial disminuirá al 2,4 % en 2024, el tercer año consecutivo de desaceleración. Las previsiones indican que las políticas monetarias y las condiciones crediticias restrictivas, y el bajo nivel del comercio y la inversión mundiales incidirán en el crecimiento.

CIUDAD DE WASHINGTON, 09 de enero de 2024. Según la edición más reciente del informe *Perspectivas económicas mundiales* del Banco Mundial, Conforme a un posible criterio, la economía mundial está en mejor situación que hace un año: el riesgo de una recesión mundial ha disminuido, en gran parte debido a la fortaleza de la economía de Estados Unidos. Pero las

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 5 DE 20
			ESTUDIOS PREVIOS

crecientes tensiones geopolíticas podrían crear nuevos peligros a corto plazo para la economía mundial. Al mismo tiempo, las perspectivas a mediano plazo de muchas economías en desarrollo se han ensombrecido en medio de la desaceleración del crecimiento en la mayoría de las principales economías, la lentitud del comercio mundial y las condiciones financieras más restrictivas de las últimas décadas

Es posible que en 2024 el crecimiento del comercio mundial será solo la mitad del promedio registrado en la década anterior a la pandemia. Asimismo, es probable que los costos de endeudamiento para las economías en desarrollo —sobre todo las que tienen malas calificaciones crediticias— sigan siendo elevados, puesto que las tasas de interés mundiales se estancaron en niveles máximos de cuatro décadas en términos ajustados por inflación.

Se prevé que el crecimiento mundial se desacelerará por tercer año consecutivo, y pasará del 2,6 % registrado el año pasado al 2,4% en 2024, esto es, casi tres cuartos de punto porcentual por debajo del promedio de la década de 2010. Según las proyecciones, las economías en desarrollo crecerán solo un 3,9 %, más de un punto porcentual por debajo del promedio registrado en la década anterior.

El informe ofrece el primer análisis mundial de lo que se necesitará para generar un auge sostenido de la inversión, basándose en la experiencia de 35 economías avanzadas y 69 economías en desarrollo acumulada durante los últimos 70 años. En él se concluye que las economías en desarrollo a menudo obtienen ganancias económicas inesperadas cuando aceleran el crecimiento de la inversión per cápita a por lo menos el 4 % y lo mantienen durante seis años o más: el ritmo de convergencia con los niveles de ingreso de las economías avanzadas se acelera, la tasa de pobreza disminuye más rápidamente y el crecimiento de la productividad se cuadruplica. Durante estos auges también se materializan otros beneficios: entre otras cosas, la inflación cae, las posiciones fiscales y externas mejoran y el acceso de las personas a internet se amplía rápidamente.

“Los auges de inversión tienen el potencial de transformar las economías en desarrollo y ayudarlas a acelerar la transición energética y alcanzar una amplia variedad de objetivos de desarrollo”, señaló Ayhan Kose, economista en jefe adjunto y director del Grupo de Perspectivas del Banco Mundial. “Para impulsar estos auges, las economías en desarrollo deben implementar paquetes de políticas integrales destinados a mejorar los marcos fiscales y monetarios, expandir el comercio transfronterizo y los flujos financieros, mejorar el clima para la inversión, y fortalecer la calidad de las instituciones. Es un trabajo arduo, pero muchas economías en desarrollo han podido hacerlo. Lograr nuevamente ese objetivo ayudará a mitigar la desaceleración del crecimiento prevista para el resto de esta década”.

(Fuente: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2024/01/09/global-economic-prospects-january-2024-press-release>)

INDICADOR DE SEGUIMIENTO A LA ECONOMÍA (ISE) FEBRERO DE 2024

El Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE) es un índice sintético mensual, cuyo fin es proporcionar una medida de la evolución de la actividad económica del país en el corto plazo; el

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 6 DE 20
			ESTUDIOS PREVIOS

cual es construido a partir de un conjunto heterogéneo de indicadores representativos de cada actividad económica. Este indicador permite identificar la estacionalidad, la tendencia y el ciclo de la dinámica económica a lo largo del tiempo, a través de un análisis coherente y comparativo por medio de la información de las siguientes series:

- Serie original: serie generada a partir de la información básica y el proceso de síntesis, a la cual no se le ha eliminado el efecto estacional.
- Serie ajustada por efecto estacional y calendario: aquella a la cual se le ha eliminado el componente estacional y de efecto día calendario; permitiendo comparar evoluciones entre períodos sucesivos, libre de los efectos que se repiten con alguna periodicidad en el año.
- Serie tendencia-ciclo: esta serie permite comparar evoluciones entre períodos de mediano plazo o superiores a un año.

RESULTADOS DEL INDICADOR DE SEGUIMIENTO A LA ECONOMÍA

Para el mes de febrero de 2024pr el ISE, en su serie original, se ubicó en 117,27, lo que representó un crecimiento de 2,49% respecto al mes de febrero de 2023, Para el mes de febrero de 2024pr el ISE, en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, se ubicó en 121,99, lo que representó un crecimiento de 1,34% respecto al mes de febrero de 2023, Para el mes de febrero de 2024pr el ISE, en su serie ajustada por efecto estacional y calendario, se ubicó en 121,99, lo que representó un decrecimiento de 1,57%, respecto al mes de enero de 2024pr (123,93).

COMPORTAMIENTO ANUAL

Para el periodo enero-febrero de 2024pr, el ISE en su serie original, registró un crecimiento de 2,21% respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que, para el año 2023pr, de enero a febrero registró un crecimiento de 3,55%, Para el mes de febrero de 2024pr el índice de las actividades primarias, en su serie original, se ubicó en 102,48, lo que representó un crecimiento de 7,77% respecto al mes de febrero de 2023pr (95,10). En cuanto a la serie ajustada por efecto estacional y calendario, para el mes de febrero de 2024pr , se ubicó en 106,76, lo que representó un crecimiento de 5,91% respecto al mes de febrero de 2023pr (100,80).

REVISIÓN DE LAS CIFRAS DEL ISE

En este apartado se presenta la revisión de la medición mensual del año 2023 pr, la cual está asociada a la actualización de indicadores básicos. Es importante mencionar que en el ISE al igual que en el PIB trimestral, se consideran tres ciclos de incorporación de datos fuente, las cuales generarán revisiones de las series previamente publicadas 7 . En el primer ciclo mensual (el más frecuente) se clasifican las revisiones generadas por la estadística básica, las cuales pueden ser por actualizaciones, correcciones y/o revisiones de datos de la serie y/o a la incorporación de un nuevo dato observado. Los cambios generalmente se presentan porque se trata de datos provisionales

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 7 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

sujetos a modificaciones. Existe un segundo ciclo de carácter trimestral, el cual está determinado por la incorporación de nuevos datos o estimaciones de las Cuentas Nacionales Trimestrales (que a su vez incorporan la información de las Cuentas Nacionales Anuales) en las series mensuales. Esta combinación de datos mediante técnicas de evaluación comparativa genera revisiones en los datos mensuales a lo largo de la serie para evitar la introducción de quiebres o escalonamiento. Los últimos resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales (CT) son generados con rezago aproximado de 45 días al trimestre de referencia. Así, cada publicación en la que el ISE coincide con las CT son incorporadas las estimaciones trimestrales a la serie mensual, lo cual robustece la medición y genera revisión de las composiciones mensuales estimadas previamente. Finalmente, un ciclo de revisión mayor (no regular) derivado de la incorporación de revisiones metodológicas, recomendaciones internacionales, cambios de base y otros cambios que por su naturaleza no se pueden incorporar de forma regular. Dado este escenario, la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales (DSCN) sigue la línea recomendada por el manual de cuentas nacionales trimestrales 2017 del Fondo Monetario Internacional (FMI), el cual sugiere aplicar una estrategia de actualización para el proceso de ajuste estacional. En esta línea, la estrategia adoptada es el ajuste concurrente o "concurrent adjustment" (sección 7.71 Pág. 146) en el cual los modelos, criterios y parámetros son ajustados cada vez que se ponen a disposición nuevas observaciones o datos revisados. Esto implica generar datos ajustados estacionalmente con mayor precisión ya que incorporan todas las revisiones de factores estacionales a partir de observaciones más recientes y actualizadas. Esta estrategia también es consistente con la política de publicación de las series desestacionalizadas del DANE en la cual la práctica implementada es realizar una revisión completa de todos los elementos de ajuste estacional al menos una vez al año y siempre que existan revisiones significativas en las series originales. En este sentido, el usuario puede recurrir al archivo anexo de publicación "Especificaciones de los modelos que se utilizan para el ajuste estacional y efecto calendario.pdf" para identificar los parámetros y ajustes realizados y actualizados en las series del presente periodo.

LA PUBLICIDAD EN EVENTOS DEPORTIVOS

El mundo del deporte siempre ha sido un ámbito que ofrece muchas oportunidades para aquellos que necesiten publicitarse. Concretamente los eventos deportivos, tales como maratones, carreras ciclistas y todo tipo de pruebas vinculadas a diversas disciplinas, brindan multitud de posibilidades de conectar con la audiencia.

Ventajas publicitarias de los eventos deportivos

Los eventos deportivos puede ser una auténtica mina en cuanto a publicidad se refiere. Tanto si estás interesado en publicitar tus productos y servicios como si formas parte de la organización del evento, debes saber que las pruebas deportivas pueden ofrecer multitud de espacios donde llevar a cabo la promoción. Este tipo de acontecimientos son una oportunidad inmejorable para que las marcas transmitan sus ideas, ya que se vinculan a una serie de valores y emociones muy claras y

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 8 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

específicos que hacen que sus mensajes perduren a largo plazo. Además, la audiencia de los eventos deportivos suele ser muy fiel en lo que al seguimiento de su deporte favorito se refiere, por lo que se constituye como un tipo de público de nicho muy interesante para las marcas, ya que sus miembros comparten los mismos intereses y aficiones.

Los mejores soportes publicitarios para eventos deportivos

Muchos eventos de deportes, principalmente si se trata de pruebas competitivas, suelen desarrollarse en el exterior. Esto significa que serán necesarios gran cantidad de elementos para delimitar circuitos, entregar premios, albergar a la prensa, etc., y todos ellos son susceptibles de ser usados con fines publicitarios.

Algunos de los más utilizados son los siguientes:

Lonas y pancartas

Uno de los clásicos en lo que a soportes publicitarios se refiere, las lonas y pancartas son las gráficas estrella en cualquier evento deportivo que implique la creación de un circuito, como las carreras de atletismo. Visten a las vallas delimitadoras a lo largo de todo el recorrido, por lo que su grado de visibilidad es muy alto.

Banderas y fly-banners

El viento hace que estos dos soportes llamen mucho la atención de la audiencia y aportan mucho dinamismo al evento. Las banderas se pueden colocar sobre farolas o mástiles, resultando visibles a distancia. Por otro lado, los fly-banners resultan especialmente útiles por la resistencia de sus materiales, su fácil instalación y sobre todo por la posibilidad de incluir distintos tipos de bases (de pico, para clavar en el suelo; rellenable con tierra o arena para hacer de contrapeso; de cruceta con flotador, etc.), lo que los hace perfectos tanto para una competición de esquí en la nieve como para una prueba de surf en la playa.

Estructuras y otras instalaciones

Todo evento deportivo que se precie requerirá una serie de estructuras básicas para que se lleve a cabo con éxito. Algunas de ellas son los arcos de llegada o metas, que pueden ser hinchables o elaborados con andamiaje y lonas publicitarias. Igualmente son muy comunes las tarimas, escenarios y pódiums, ya que permiten crear lugares elevados que facilitan al público asistir a las entregas de premios. En los eventos más grandes también suele ser habitual el uso de carpas para albergar a los asistentes”.

<http://plotea2.com/publicidad-soportes-eventos-deportivos>

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 9 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

NUEVAS TENDENCIAS Y AVANCES EN EL MARKETING DEPORTIVO EN COLOMBIA

“Actualmente en Colombia y en el mundo entero el desarrollo del marketing en el deporte ha crecido exponencialmente; es una tendencia que está llevando a niveles globales la comercialización y la industrialización del deporte. Se en marcaran los principios generales y definiciones que son una herramienta útil al momento de conocer las principales variables del marketing deportivo. Se analiza con mayor detalle el tema del patrocinio deportivo, teniendo en cuenta al auge que se ha dado en Colombia de estos procesos desde finales de la década de setenta hasta la actualidad, proyectando también prospectivas de crecimiento hacia el futuro, junto con los elementos que realmente motivan a una empresa para desarrollar este tipo de estrategias. Además, se presenta una revisión histórica que presenta la evolución y consolidación del marketing deportivo en la historia del deporte colombiano, presentado los hitos más importantes en su proceso.

Es importante antes de abordar el estudio específico de Colombia, establecer una definición específica del concepto de marketing deportivo, el cual “consiste en todas aquellas actividades diseñadas para hacer frente a las necesidades y carencias de los consumidores deportivos participantes primarios, secundarios y terciarios y de los consumidores deportivos espectadores primarios, secundarios y terciarios a través de procesos de intercambio. El marketing deportivo ha desarrollado dos importantes avances: el primero la comercialización de productos y servicios deportivos a los consumidores del deporte y la segunda la comercialización utilizando el deporte como un vehículo promocional para los productos de consumo, industriales y los servicios”.

Tomado de documento: *(NUEVAS TENDENCIAS Y AVANCES EN EL MARKETING DEPORTIVO EN COLOMBIA) POR JOHAN GOTTFRIED VELEZ UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA FACULTAD DE ECONOMÍA.*

EL CICLISMO.

“No solo es un deporte popular en Colombia”, el ciclismo también genera allí valor y miles de empleos. Campeones del ciclismo mundial, como Nairo Quintana y Egan Bernal, han desvelado que Colombia es un país que ama la bicicleta desde siempre. Y no solo como un deporte popular. El ciclismo despliega una serie de posibilidades, desde el cicloturismo, la fabricación de indumentaria, la restauración de bicicletas hasta la publicidad, que generan empleos y representan una industria pujante en el país.

Colombia es conocida mundialmente por sus ciclistas, algunos de ellos campeones internacionales como Nairo Quintana o deportistas que han batido récords de Guinness. Pero en el país, además, se ha ido desarrollando una industria vinculada al deporte impulsado a pedales, que incluye emprendimientos de variada gama y que generan ingresos y empleo al país.

Por ejemplo, el cicloturismo ha tenido un crecimiento importante en los últimos 7 años, gracias en gran medida a los triunfos alcanzados por los ciclistas colombianos que han puesto al país en la

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 10 DE 20
			ESTUDIOS PREVIOS

mira de los aficionados de todo el mundo, que buscan recorrer y vivir en carne propia las exigentes rutas donde se han formado grandes exponentes de este deporte a nivel mundial.

El ciclismo es también una oportunidad para las mujeres, en un deporte hasta ahora predominantemente masculino. Entre las majestuosas montañas de la cordillera de los Andes, en el departamento de Boyacá, entre el equipo juvenil Nueva Generación, un grupo de aguerridas jóvenes busca conquistar un espacio en el ciclismo a pesar de los obstáculos que genera la falta de apoyo económico y mediático para las mujeres en este deporte. En la tierra de campeones del ciclismo mundial como Nairo Quintana y Egan Bernal, el entrenador, Jorge Iván González, impulsa la carrera profesional de sus "corredoras", brindándoles una opción de vida a través del deporte. En Medellín, capital del departamento de Antioquia, el pionero del BikeTrial en el país, Javier Zapata, suma 5 Guinness en su haber y ha comprobado personalmente que la perseverancia vence cualquier obstáculo.

Fruto de una alianza con la empresa GW, creó la escuela de Trialbike donde Javier les enseña el deporte a las nuevas generaciones de ciclistas con las bicicletas que ahora GW produce para el mercado nacional, y cuestan una tercera parte del precio de las importadas".

Fuente: <https://www.dw.com/es/colombia-sobre-dos-ruedas-ciclismo-econom%C3%ADa-ypasi%C3%B3n/a-56012784>.

CARRERAS CICLÍSTICAS DE GRAN IMPORTANCIA MUNDIAL:

Existen un sin fin de competencias en el ciclismo de ruta, pero muchas veces no se conoce el origen ni la trascendencia de la misma, así que aquí te informaremos acerca de las 6 carreras más importantes a nivel mundial y nacional.

El Tour de Francia Esta carrera es considerada una de las más importantes del mundo del ciclismo ya que cuenta con la máxima categoría de competencias profesionales de la UCI World Tour. Así mismo, es la primera de las competiciones de ciclismo que se realizó por etapas, gracias a la idea de un periodista llamado Géo Lefèvre a quien se le ocurrió crear esta carrera con el objetivo de promocionar un diario deportivo para el que trabajaba, el cual se llamaba L'Auto. Después de realizar anualmente este gran evento y su importancia aumentó, de la misma manera se fueron incrementando las etapas, ya que estas inicialmente eran solamente 6, pero actualmente cuenta con 24 rondas que los ciclistas deben superar para competir por el triunfo del Tour.

Giro de Italia Esta, hace parte de las tres grandes vueltas y al igual que la anterior, es una de las más importantes a nivel mundial. Históricamente fue la segunda carrera en dividir su competencia por etapas, creada por el mismo motivo que el Tour de Francia, promocionar un periódico llamado La Gazzetta dello Sport. Adicional a ello, esta gran vuelta al igual que la del Tour de Francia,

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 11 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

incorporó en sus reglas la posibilidad de competir por equipos, aspecto que en su origen no estaba y en 1924 se creó una versión femenina de la misma competencia que aún sigue realizándose.

Vuelta a España Como su nombre lo dice, es una carrera realizada a lo largo de la geografía Española, la cual, al igual que las anteriormente mencionadas, se divide por etapas; la tercera y última en hacer parte de las tres grandes vueltas del ciclismo en ruta. Su origen se dio gracias a la empresa de bicicletas Éibar, quien realizaba competencias nacionales, posteriormente el director del diario Informaciones con otros colaboradores, decidió organizar la primera Vuelta a España, sin embargo sufrió una detención debido a la Guerra Civil Española. Años después se retomó y logró un prestigio que se ha mantenido hasta entonces.

(© 2021 Triathlon Deportes Ltda). <https://triathlondeportes.com/articulos/las-carreras-mas-importantes-del-ciclismo-en-ruta/>

ASPECTOS REGULATORIOS

Normatividad que regula el sector

NORMATIVIDAD QUE REGULA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

- Acuerdo 010 del 27 de octubre de 2022
- Ley 643 de 2001
- Decreto ley 410 de 1971, por el cual se expide el Código de Comercio
- Ley 7 de 1991: Ley marco del Comercio Exterior
- Decreto 210 de 2003
- Decreto 2153 de 1992, por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictan otras disposiciones.
- Ley 170 de 1994, por medio de la cual se aprueba el Acuerdo por el que se establece la "Organización Mundial de Comercio (OMC)
- LEY 1150 DE 2007 "Por la cual se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones".

2.1. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y LA JUSTIFICACIÓN DEL MISMO

El valor estimado del contrato es de DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE (\$10.000.000).

2.1.1. JUSTIFICACIÓN DEL VALOR A CONTRATAR:

La Lotería de Boyacá estima el presupuesto para la contratación pretendida hasta por la suma de DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE (\$10.000.000).

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 12 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

El presente valor se justifica en el análisis de sector, realizado por la Oficina Comercial y de Publicidad, para la contratación de pauta publicitaria en medios de comunicación de cobertura nacional.

El plan de medios 2024 generado por la oficina de comunicaciones bajo el direccionamiento de la subgerencia comercial y debidamente aprobado por la gerencia, en el cual se establecen las variables de relevancia a tener en cuenta como son cobertura, posicionamiento, audiencias, rating y/o niveles medibles de audiencia, descripción de la propuesta y contenido en número, entre otros.

Para el cumplimiento del objeto derivado del presente proceso de contratación se expidió el certificado de disponibilidad presupuestal. No. 13012 de fecha 08/07/2024 Rubro 245020801 publicidad.

Código UNSPSC	MEDIO	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	VALOR MENSUAL	PLAZO DE EJECUCION	VALOR TOTAL
82101801	EVENTO TRAVESIA HEROES DE LA LIBERTAD 2.0	1. Visualización de marca en la parte anterior del jersey deportivo en el tercio medio del mismo. 2. Impresión de logo y marca del eslogan de la Lotería de Boyacá en el flyer y boletas de venta. 3. Impresión de Logo de la Lotería de Boyacá en el número dorsal. 4. Difusión radial mediante la emisora Comunitaria Sumerce Estéreo 89.6 FM. 5. Difusión del flyer en la red social Facebook e instagram 6. Ubicación de pendón institucional de la Lotería en la tarima principal del evento	\$10.000.000	Uno (1) día	\$10.000.000
TOTAL					\$10.000.000

2.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA INTERNA

CONTRATO	ENTIDAD	OBJETO	PLAZO DE EJECUCIÓN	VALOR TOTAL
CD-187 DE 2022	Lotería de Boyacá	Compra de espacio publicitario en el marco de la 1° travesía ciclística en el municipio de Sutamarchan; para promocionar los productos y/o campañas publicitarias de la Lotería de Boyacá	20 días	\$6.500.000
CD-581 de 2023	Lotería de Boyacá	Espacio publicitario en el evento travesía vuelta al lago de tota en		

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 13 DE 20
			ESTUDIOS PREVIOS

		diferentes municipios del departamento de Boyacá; para para promocionar los productos y/o campañas publicitarias de la Lotería de Boyacá	1 día	\$5.000.000
CD -315 de 2023	Lotería de Boyacá	Compra de espacio publicitario en el marco de la travesía MTB Boyacá reto Ricaurte a desarrollarse en Villa de Leyva y que abarca los municipios de Sáchica; Sutamarchan y Santa Sofia; para promocionar los productos y/o campañas publicitarias de la Lotería de Boyacá actividades de carácter cultural y artístico en la celebración del día de la madre a realizarse en la ciudad de Tunja; para apoyar la campaña contra el juego ilegal.	39 días	\$10.000.000

2.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA EXTERNA

CONTRATO	ENTIDAD	OBJETO	PLAZO DE EJECUCIÓN	VALOR TOTAL
2023-035	Lotería del Risaralda	Pauta radial y digital en RCN radio con el fin de posicionar la marca lotería del Risaralda a nivel nacional e impulsar la venta de nuestro producto billete de lotería en todo el territorio nacional	3 meses	\$6,000.000
CONT-55-2023	Lotería del Huila	Prestación de servicios de publicidad en un medio de comunicación digital alternativo, para difundir los avances y logros de las diferentes actividades y/o campañas promocionales y comerciales, como también para incentivar la venta del producto de la lotería del huila con el nuevo plan de premios.	1 mes	\$7,500.000

3. OBJETO A CONTRATAR CON SUS ESPECIFICACIONES

OBJETO: COMPRA DE ESPACIO PUBLICITARIO EN EL EVENTO TRAVESIA HEROES DE LA LIBERTAD 2.0, A REALIZAR EL 28 DE JULIO, PARA PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y/O CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE LA LOTERÍA DE BOYACÁ, AÑO 2024.

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 14 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

3.1. ALCANCE: N/A

3.1.1. Condiciones Técnicas Exigidas.

Que el proyecto audiovisual video VIAJANDO EN BICI, deberá contar con la capacidad técnica y profesional para prestar los servicios publicitarios con amplia cobertura nacional a la Lotería de Boyacá y cumplir con el alcance.

1. Visualización de marca en la parte anterior del jersey deportivo en el tercio medio del mismo.
2. Impresión de logo y marca del eslogan de la Lotería de Boyacá en el flyer y boletas de venta.
3. Impresión de Logo de la Lotería de Boyacá en el número dorsal.
4. Difusión radial mediante la emisora Comunitaria Sumerce Estéreo 89.6 FM.
5. Difusión del flyer en la red social Facebook e Instagram
6. Ubicación de pendón institucional de la Lotería en la tarima principal del evento

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

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

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR:

3.2.1. Contrato de Servicios Publicitarios

3.3. CONDICIONES DEL CONTRATO A CELEBRAR

3.3.1. **Plazo de Ejecución:** Será el día 28 de julio de 2024

3.3.2.-**Lugar de Ejecución:** En la ciudad de Paipa sector Pantano de Vargas.

3.3.3.-**Forma de pago:** La Lotería de Boyacá pagará, DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE (\$10.000.000), , en un (1) pago de DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE (\$10.000.000), se pagarán al cumplimiento a satisfacción del objeto del mismo, previa presentación de la cuenta de cobro o factura con su respectivo informe que determine las condiciones de tiempo, modo y lugar en que se desarrolló el alcance contractual, evidencias fotográficas, fílmicas y/o auditivas que corroboren de manera amplia y suficiente, la realización de cada actividad en su debido tiempo, espacio y cantidad, certificación de cumplimiento del objeto del contrato por parte del Supervisor y demás documentos que se requieran para el trámite de la cuenta, constancia de pago de los aportes correspondientes al sistema de seguridad social integral, los cuales deberán cumplir las previsiones

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 15 DE 20
			ESTUDIOS PREVIOS

legales y demás documentos requeridos para realizar el pago (RGJ-15 informe de actividades contractuales con la Lotería de Boyacá, RGJ-16 informe de supervisión y RGA-17 planilla control y certificación para el pago de proveedores).

3.3.3. Anticipo / Pago Anticipado: N/A

3.3.4. Supervisión: La supervisión del contrato está a cargo del funcionario que designe la Gerencia.

3.4. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.

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

1. Visualización de marca en la parte anterior del jersey deportivo en el tercio medio del mismo.
2. Impresión de logo y marca del eslogan de la Lotería de Boyacá en el flyer y boletas de venta.
3. Impresión de Logo de la Lotería de Boyacá en el número dorsal.
4. Difusión radial mediante la emisora Comunitaria Sumerce Estéreo 89.6 FM.
5. Difusión del flyer en la red social Facebook e Instagram
6. Ubicación de pendón institucional de la Lotería en la tarima principal del evento

3.4.2. OBLIGACIONES GENERALES:

3.4.2.1. Cumplir con el objeto del presente contrato, obligaciones, condiciones jurídicas, técnicas, económicas, y demás términos y estipulaciones del contrato y la propuesta, en las condiciones de calidad, oportunidad, idoneidad, dentro de los principios y conceptos éticos de pulcritud y oportunidad que la comunidad espera y la ley y las buenas costumbres exigen a todo contratista del Estado; así como con las obligaciones definidas, incluyendo su Anexo Técnico y propuesta, y obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas contractuales, evitando dilaciones y trabamientos.

3.4.2.2. Acatar de manera oportuna las instrucciones y las recomendaciones que durante el desarrollo del contrato se le impartan a través del supervisor; siempre y cuando estas no impliquen modificación al contrato.

3.4.2.3. Dar cumplimiento a las obligaciones con los sistemas de seguridad social integral y aportes parafiscales, según corresponda, y presentar los documentos respectivos que así lo acrediten, conforme lo establecido en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, en concordancia con el artículo 23 de la Ley 1150 de 2007, en la Ley 828 de 2003, en la Ley 1122 de 2007, Decreto 1703 de 2002, Decreto 510 del 5 de marzo de 2003 y demás normas

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 16 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

que las adicionen, complementen o modifiquen. Para la realización de los pagos el contratista deberá presentar junto con cada cuenta de cobro, la constancia de cumplimiento de dichas obligaciones; cumplimiento que verificará y del cual dejará constancia escrita a la Lotería de Boyacá, a través del supervisor del contrato, durante toda la ejecución y al momento de realizar la liquidación del contrato.

3.4.2.4. Entregar los informes y productos requeridos de acuerdo con lo estipulado en el contrato y los que le solicite el supervisor/interventor para el control y supervisión en el desarrollo y ejecución del contrato. No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la Ley con el fin de hacer u omitir algún hecho.

3.4.2.5. El contratista será responsable ante las autoridades de los actos u omisiones en el ejercicio de las actividades que desarrolle en virtud del contrato, cuando con ellos cause perjuicio a la Administración o a terceros.

3.4.2.6. Guardar la debida reserva de los asuntos que conozca con ocasión de la ejecución del objeto contractual, así como de todos aquellos relacionados con el mismo. [si aplica]

3.4.2.7. Pagar el 2% del valor de la estampilla de adulto mayor, estampilla Pro electrificación del (1%) (Si aplican). La entidad debitara dichos valores de manera proporcional de acuerdo al valor y forma depago del contrato y demás impuestos nacionales y departamentales autorizados por Ley, los cuales serán descontados en cada uno de los pagos que se realicen.

3.4.2.8. El contratista, una vez firmado el contrato, debe reunirse con el supervisor del contrato, para suscribir acta de inicio.

3.4.2.9. Una vez finalizado el contrato, el contratista debe reunirse con el supervisor para suscribir el acta de terminación y liquidación.

3.4.2.10. Las demás que se deriven de la naturaleza del contrato

3.4.3. OBLIGACIONES DE LA LOTERÍA DE BOYACÁ

3.4.3.1. Efectuar las apropiaciones presupuestales para el pago de dicha contratación.

3.4.3.2. Suministrar la publicidad, cuando sea requerido por el contratista.

3.4.3.3. Efectuar el pago oportunamente según lo pactado.

3.4.3.4. Realizar la supervisión del contrato.

3.4.3.5. Suministrar la información que se requiera para el desarrollo del objeto contractual.

3.4.3.6. Informar con anticipación las modificaciones que deban hacerse al contrato.

3.4.3.7. Resolver las peticiones presentadas por el contratista en los términos consagrados por la ley.

3.4.3.8. Publicar el contrato en el SECOP y SIA Observa

	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 17 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

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

Esta contratación se realizará bajo el art. 209 de la Constitución Política de Colombia de 1991, la modalidad de contratación directa de acuerdo a lo establecido en el Acuerdo 010 del 27 de octubre de 2022.

5. PRESUPUESTO OFICIAL

En cuanto al aspecto económico del contrato se determinó un presupuesto oficial de DIEZ MILLONES DE PESOS M/CTE (\$10.000.000). y todos los tributos de orden nacional y departamental autorizados por la Ley que se generen con ocasión de la celebración, ejecución y liquidación del contrato, lo anterior para dar cumplimiento al plan operativo de comercialización 2024 y con el fin de atender actividades misionales propias de la Empresa. La suma anterior se obtiene de la información contenida en el estudio de mercado y en el análisis del sector.

Para el cumplimiento del objeto derivado del presente proceso de contratación se expidió el certificado de disponibilidad presupuestal. No. 13012 de fecha 08/07/2024 Rubro 245020801 publicidad.

6. LOS CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA

El presente proceso se evacuará mediante la modalidad de contratación directa toda vez que el futuro contratista, tiene una vida institucional con reconocimiento de órbita regional y nacional en condiciones de idoneidad y experiencia para ejecutar el presente contrato.

6.1. REQUISITOS HABILITANTES

- 6.1.1. Requisitos jurídicos habilitantes (N/A)
- 6.1.2. Requisitos Financieros Habilitantes (N/A)
- 6.1.3. Requisitos Técnicos Habilitantes (N/A)

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

7. LAS GARANTÍAS QUE LA ENTIDAD ESTATAL CONTEMPLA EXIGIR EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN (N.A.)

GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO: No se hará exigible ningún tipo de garantía debido al monto y forma de pago del contrato.

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 18 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

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

8.1. ANÁLISIS DE RIESGO Y LA FORMA DE MITIGARLO

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

MATRIZ DE RIESGOS										
oN	CLASE	FUENTE	ETAPA	TIPO	DESCRIPCIÓN (QUÉ PUEDE PASAR Y, CÓMO PUEDE OCURRIR)	CONSECUENCIA DE LA OCURENCIA DEL EVENTO	PROBABILIDAD	IMPACTO	CALIFICACIÓN TOTAL	PRIORIDAD
1	GENERAL	INTERNO	EJECUCIÓN	FINANCIEROS	MODIFICACIÓN RÉGIMEN DE IMPUESTOS APLICABLES AL CONTRATO Y/O A TERCEROS.	INCREMENTO EN LOS VALORES DEDUCIBLES POR IMPUESTOS AL CONTRATO.	2	1	3	RIESGO BAJO
2	ESPECIFICO	INTERNO	EJECUCIÓN	OPERACIONALES	FALTA DE ENTENDIMIENTO ENTRE LA EMPRESA Y EL CONTRATISTA SOBRE CRONOGRAMAS Y/O ALCANCE DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO, E INCUMPLIMIENTO DEL OBJETO	RETRASO EN LAS ACTIVIDADES DEL PROYECTO O CONTRATO PARA SU TERMINACIÓN DENTRO DE LOS PLAZOS ESTABLECIDOS EN CRONOGRAMA.	3	2	5	RIESGO MEDIO
3	ESPECIFICO	INTERNO	EJECUCIÓN	OPERACIONALES	OMISIÓN O ATRASO POR PARTE DEL CONTRATISTA EN LA GENERACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LAS GARANTÍAS REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO	NO SE INICIA EL CONTRATO O SE PRESENTAN DEMORA EN EL INICIO DEL MISMO.	3	2	5	RIESGO MEDIO

MATRIZ DE RIESGOS (CONTINUACIÓN)										
No	¿A QUIÉN SE LE ASIGNA?	TRATAMIENTO/CONTROLES A SER IMPLEMENTADOS	IMPACTO DESPUÉS DEL TRATAMIENTO				¿AFECTA EL EQUILIBRIO ECONÓMICO DEL CONTRATO?	PERSONA RESPONSABLE POR IMPLEMENTAR EL TRATAMIENTO	MONITOREO Y REVISIÓN	
			PROBABILIDAD	IMPACTO	CALIFICACIÓN TOTAL	CATEGORÍA			¿CÓMO SE REALIZA EL MONITOREO?	PERIODICIDAD ¿CUÁNDO?
1	CONTRATISTA	ASEGURAR UN MARGEN DE GANANCIA QUE MITIGUE EL IMPACTO EN CASO DE OCURRIR.	2	1	3	RIESGO BAJO	NO	PERSONAL ADMINISTRATIVO CONTRATISTA.	CONSULTA NORMAS LEGALES VIGENTES.	SEMANAL
2	CONTRATISTA	FICHA ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS CON DESCRIPCIÓN CLARA DEL ALCANCE / ELABORACIÓN, SEGUIMIENTO Y Estricto cumplimiento del CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y/O ALCANCE CONTRACTUAL .	2	1	3	RIESGO BAJO	NO	CONTRATISTA.	ANÁLISIS Y REVISIÓN EN REUNIÓN DE INICIO Y SEGUIMIENTO	INICIO DEL CONTRATO
3	LOTERÍA DE BOYACÁ	REQUERIMIENTO POR ESCRITO AL CONTRATISTA	4	3	7	RIESGO ALTO	SI	SUPERVISOR	CONSULTA AL SUPERVISOR DEL CONTRATO PARA PROCEDER CON LAS TAREAS A REALIZAR./ UTILIZANDO LOS PUNTOS DE CONTROL CONTEMPLADOS EN EL CONTRATO	DIARIO

IMPACTO RIESGO

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 19 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

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

9. ANEXOS:

- RGJ-19 Proceso Contractual Persona Natural
- Propuesta económica
- RGA-28 Certificación Del Plan Anual de Adquisiciones
- RGF - 01 Certificado de Disponibilidad Presupuestal -CDP
- Consulta Sarlaft
- Cédula de ciudadanía
- RGS-10 Autorización para el tratamiento de datos personales
- Libreta militar
- RUT de la persona natural
- Certificado de existencia y representación legal -Cámara de comercio
- Certificación Bancaria
- Certificado de Afiliación EPS
- Certificado de Afiliación en Pensión
- Certificado de antecedentes fiscales
- Certificado de antecedentes disciplinarios
- Certificado de antecedentes judiciales
- Certificado de medidas correctivas

 Lotería de Boyacá <i>¡Un sábado de pobre lo sacará!</i>	LOTERÍA DE BOYACÁ		CÓDIGO: RGA- 10
	MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG		FECHA: 15-01-2024
	ADMINISTRACIÓN ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	REGISTRO	VERSIÓN: 7
			PÁGINA 20 DE 20
ESTUDIOS PREVIOS			

- Certificado PDF REDAM - Ley 2097 de 2021
- Consulta de inhabilidades delitos sexuales cometidos contra menores de 18 años (Ley 1918 de 2018)
- Resolución MIN TICS

10. PERFECCIONAMIENTO Y EJECUCIÓN: El Contrato se entiende perfeccionado con la aceptación en la plataforma SECOP II de las partes. Para su ejecución será necesario el correspondiente registro presupuestal y acta de inicio.



DIANA LISETH ROA MANRIQUE
Subgerente comercial y operativo

Elaboró: Juddy A. Jiménez / Apoyo Técnico
Revisó: Laura Neira / Apoyo Jurídico

