

TERMINOS DE REFERENCIA

LA CAMARA DE COMERCIO DE PASTO INVITA A PRESENTAR SUS PROPUESTAS PARA CONCEPTUALIZAR Y DISEÑAR UN PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA CORPORATIVA "EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO".

1. INTRODUCCIÓN

1.1. CONTEXTO NORMATIVO

Según el artículo 78 del Código de Comercio "Las Cámaras de Comercio son instituciones de orden legal con personería jurídica, creadas por el Gobierno Nacional, de oficio o a petición de los comerciantes del territorio donde hayan de operar."

La Cámara de Comercio de Pasto, es una persona jurídica de derecho privado sin ánimo de lucro, de carácter gremial y corporativo, con domicilio en la ciudad de Pasto, integrada y administrada por los comerciantes matriculados en el Registro Mercantil que tienen la calidad de afiliados.

Fue creada a iniciativa de los comerciantes de Pasto mediante el Decreto 267 del 14 de febrero de 1918. Su funcionamiento se rige por normas especiales como la Ley 1727 de 2014, el Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015, el Código de Comercio y demás normas que lo aclaren, adicionen, modifiquen o reglamenten.

La Cámara de Comercio de Pasto, en el cumplimiento de sus funciones públicas colabora con el Estado, por esta razón, se enmarca dentro del esquema de Descentralización por Colaboración en los términos de la Constitución Política. Tiene jurisdicción en su domicilio y en los municipios determinados en el artículo 3 del Decreto 18 del 10 de enero de 2012, modificadorio del artículo 38 del Decreto 622 del 2000.

Por mandato legal corresponde a la Cámara de Comercio ejercer, entre otras, las siguientes funciones:

1. Servir de órgano consultivo del Gobierno Nacional y, en consecuencia, estudiar los asuntos que este someta a su consideración y rendir los informes que le soliciten sobre la industria, el comercio y demás ramas relacionadas con sus actividades;
2. Adelantar, elaborar y promover investigaciones y estudios jurídicos, financieros, estadísticos y socioeconómicos, sobre temas de interés regional y general, que contribuyan al desarrollo de la comunidad y de la región donde opera;

TERMINOS DE REFERENCIA

3. Llevar los registros públicos encomendados a ella por la ley y certificar sobre los actos y documentos allí inscritos;
4. Adelantar acciones y programas dirigidos a dotar a la región de las instalaciones necesarias para la organización y realización de ferias, exposiciones, eventos artísticos, culturales, científicos y académicos, entre otros, que sean de interés para la comunidad empresarial de su jurisdicción;
5. Participar en la creación y operación de centros de eventos, convenciones y recintos feriales de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 1558 de 2012 y las demás normas que las sustituyan, modifiquen o adicionen;
6. Promover la formalización, el fortalecimiento y la innovación empresarial, así como desarrollar actividades de capacitación en las áreas comercial e industrial y otras de interés regional, a través de cursos especializados, seminarios, conferencias y publicaciones;
7. Promover el desarrollo regional y empresarial, el mejoramiento de la competitividad y participar en programas nacionales de esta índole;
8. Promover la afiliación de los comerciantes inscritos que cumplan los requisitos señalados en la ley, con el fin de estimular la participación empresarial en la gestión de las Cámaras de Comercio y el acceso a los servicios y programas especiales;
9. Prestar servicios remunerados de información de valor agregado que incorpore datos de otras fuentes;
10. Desempeñar y promover actividades de veeduría cívica en temas de interés general de su correspondiente jurisdicción;
11. Promover programas, y actividades en favor de los sectores productivos de las regiones en que les corresponde actuar, así como la promoción de la cultura, la educación, la recreación y el turismo;
12. Participar en actividades que tiendan al fortalecimiento del sector empresarial, siempre y cuando se pueda demostrar que el proyecto representa un avance tecnológico o suple necesidades o implica el desarrollo para la región;
13. Mantener disponibles programas y servicios especiales para sus afiliados;
24. Participar en programas regionales, nacionales e internacionales cuyo fin sea el desarrollo económico, cultural o social en Colombia;
15. Gestionar la consecución de recursos de cooperación internacional para el desarrollo de sus actividades;
16. Prestar los servicios de entidades de certificación previsto en la Ley 527 de 1999, de manera directa o mediante la asociación con otras personas naturales o jurídicas.

1.2. CONTEXTO SOCIO ECONÓMICO

En virtud de lo anterior, es necesario mencionar que las Cámaras de Comercio, en

TERMINOS DE REFERENCIA

cumplimiento de sus funciones de registro sobre todos los actos de comercio ejercidos dentro de su jurisdicción, están autorizadas por el Gobierno Nacional para percibir ingresos que permitan su óptimo funcionamiento. Aproximadamente el 97% de los ingresos que recibe el ente cameral de la Ciudad de Pasto son de carácter público y tienen una destinación específica acorde con lo estipulado en la ley 1727 de 2014; y tan solo el 3% del presupuesto es de carácter privado, el cual puede ser direccionado al cumplimiento de actividades diferentes a las establecidas para tal fin.

La Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Pasto reconoce que el Departamento de Nariño enfrenta graves desafíos derivados de la dinámica económica regional evidenciados en el predominio de actividades agrícolas tradicionales; industria propia carente o subdesarrollada; capacidad financiera débil; economía volátil; precaria infraestructura vial y de equipamientos; constante inconformidad social manifestada en marchas y bloqueos que impiden el desarrollo de actividades diarias y vulneran los derechos legítimos de ciudadanos y comerciantes de la región, entre otros.

Sin embargo, vale la pena mencionar también que la privilegiada ubicación geográfica con que cuenta el Departamento de Nariño genera interesantes fenómenos económicos que eventualmente pueden convertirse en oportunidades para el crecimiento ciudadano, desarrollo del comercio e inversión para empresarios. En la frontera Norte, el departamento limita con el Cauca siendo la carretera Panamericana una de las rutas comerciales más importantes para la salida de bienes y servicios de origen local; el Occidente provee el acceso al océano Pacífico con todas las ventajas que el comercio costero y marítimo pueden presentar; por el Oriente se encuentra la puerta de entrada a la Amazonía y por el Sur limita con el hermano país del Ecuador, el cual ha permitido que en los últimos años se reactive el consumo de productos colombianos así como el mercado de inversión inmobiliario. De la misma forma es necesario reconocer el potencial que tiene la ciudad de Pasto y sus poblaciones aledañas para generar crecimiento económico y desarrollo local a partir de su potencial cultural y turístico, de la enorme biodiversidad que incluye uno de los humedales más importantes del mundo y del talento de sus habitantes que les ha merecido reconocimientos en distintas áreas del conocimiento y las artes a nivel nacional e internacional.

1.3. CONTEXTO POLÍTICO Y ADMINISTRATIVO

A lo largo de su historia, la Cámara de Comercio de Pasto ha liderado la gestión de

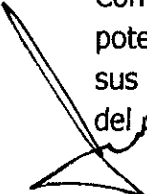
TERMINOS DE REFERENCIA

iniciativas de gran envergadura para el mejoramiento de la actividad comercial y empresarial en el Departamento de Nariño, a este tenor, ha apoyado todas las iniciativas relacionadas con una mejor dotación de infraestructura para la región; proyectos como la construcción de la carretera panamericana entre Pasto y Popayán estuvo en sus prioridades, al igual que la interconexión eléctrica nacional, la constitución del puerto pesquero de Tumaco así como la construcción y pavimentación de la vía al mar, entre otros.

A partir de la globalización de la economía, el mayor esfuerzo de la institución se ha centrado en generar proyectos estratégicos que permitan aprovechar las megatendencias en el ambiente de los negocios. Son ejemplo de ello, la constitución del Fondo Regional de Garantías, el Laboratorio Colombiano de Diseño, el Instituto de Formación Empresarial, el Centro de Innovación Empresarial, la Escuela de Liderazgo, el Centro de Cultura Regional y el Observatorio Económico. Todos estos proyectos han contribuido a mejorar el acceso al sistema financiero de la pequeña y mediana empresa, a mejorar los diseños de productos orientados al mercado nacional e internacional, irrumpir en la identificación de nuevas empresas de la era del conocimiento y la información, fortalecer el talento humano para defender lo regional, exaltar el talento humano nariñense y ofrecer la oportunidad de tomar decisiones racionalmente.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO DE CONCEPTUALIZACIÓN, DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA CORPORATIVA "EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO."

El proyecto de Conceptualización, Diseño e Implementación de la Política Corporativa "EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO" es una iniciativa de la Junta Directiva electa. Su propósito es fijar unas directrices de actuación tanto al interior de la institución como en la ejecución de proyectos estratégicos de desarrollo para la región, contribuyendo así a incentivar el emprendimiento local, fortalecer el tejido empresarial y procurar el progreso integral de los municipios que componen su jurisdicción.



Con la contratación de la presente consultoría se pretende en primer lugar identificar el potencial de desarrollo regional, motivar a los comerciantes a generar valor agregado en sus bienes y servicios, fortalecer el mercado interno nariñense, promover el crecimiento del sector industrial para que genere riqueza y bienestar social estable e incrementar el

TERMINOS DE REFERENCIA

sentido de pertenencia hacia la producción local "Hecha en Nariño", considerando que mucho de lo que se consume en Nariño puede ser producido en el departamento al tener abundantes recursos naturales, gente altamente preparada y una posición estratégica que le permite generar ventajas competitivas y consecuentemente, mayores ingresos, más trabajo y por ende bienestar.

Es igualmente importante reconocer la necesidad de crear una cultura enfocada en el consumo consiente, responsable y preferente de lo regional, capaz de identificar y valorar que a través de la innovación se puede generar productos y servicios de calidad igual o mayor a los que se consiguen en el mercado nacional. La política prevé el surgimiento y el fortalecimiento de empresas basadas en el apoyo del consumidor dispuesto a demandar más bienes y servicios que incorporen mano de obra nariñense y emprendimiento local.

Esta política debe ser transversal a los mercados de producción, transformación y comercialización y debe incorporar estrategias que promuevan la libre competencia entre sus actores, así como la protección a los derechos de los consumidores. Adicionalmente, se busca que los recursos financieros que mueven el ciclo económico se reinviertan en el departamento haciendo énfasis en el regionalismo nariñense más que en el unilateralismo y el proteccionismo.

La Política Corporativa "EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO" debe diseñar estrategias de interacción directa entre la Cámara de Comercio de Pasto y la comunidad empresarial con el fin de brindar asesoría profesional, acompañamiento empresarial, apoyo en la formulación de proyectos, modernización comercial y lograr así el fortalecimiento de los comerciantes y empresarios de la región.

La consultoría debe atender a lo establecido en la Ley 1727 del 2014 y proponer mecanismos de trabajo articulado entre todos los niveles del Gobierno tanto Nacional, Departamental y Municipal teniendo en cuenta los Planes de Desarrollo aprobados e incluir en pro de una política participativa e incluyente al sector privado, la academia y la ciudadanía. De esta forma es importante extender puentes entre la organización y su entorno. Existen experiencias similares ya establecidas en países como Estados Unidos con "America First" y en Ecuador "Primero lo Nuestro" que se pueden consultar como referencia.

Los proponentes deben partir del Plan Estratégico de Desarrollo institucional que incorpora los acuerdos con la alta dirección, los mandatos formales e informales que la gobiernan.

TERMINOS DE REFERENCIA

su misión acorde con la normatividad legal establecida, además, de la valoración del entorno externo e interno en el cual trabaja con el fin de identificar los principales asuntos estratégicos que enfrenta en su entorno. Esta consultoría debe definir estrategias corporativas tendientes a establecer una organización futurista capaz de promover el cambio en la comunidad empresarial y en el ambiente de los negocios.

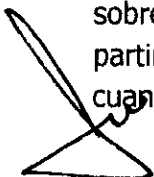
2.1 JUSTIFICACIÓN DE LA POLÍTICA

Impulsar la actividad empresarial en Nariño es la mejor manera de proponer un cambio. Se espera que frente al compromiso institucional por fortalecer el mercado interno departamental se genere también un alto nivel de compromiso del sector empresarial para aprovechar los escenarios que se generen.

La formulación de la política puede desarrollarse en una variedad de entornos, desde lo académico hasta lo empresarial, pasando por lo institucional. En efecto, el diseño de la política debe abordar un asunto estratégico y describir cómo se puede enfrentar o resolver. Solo mediante la incorporación de hechos en la conceptualización y diseño aumentará la credibilidad de la política corporativa; la información fáctica permitirá argumentar el cambio propuesto y hacer evidente las falencias si las hay y ajustes en la estrategia presente de la CCP.

La formulación de la política corporativa se basa en la aprobación realizada por la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Pasto (2019 – 2022). Por lo tanto, la propuesta desarrollada por la consultoría pasa la validación y legitimación del órgano máximo de dirección. Para que la conceptualización, diseño y plan de implementación de la política corporativa sea aprobada debe evitar generar antagonismo con otras regiones del país, o estar en contra del ordenamiento jurídico establecido; es decir, no a la xenofobia, no a la exclusión, no al aislamiento o proteccionismo a ultranza. La investigación debe versar sobre las cambiantes circunstancias del entorno general, medio y próximo de la CCP, en los ámbitos de los factores político, económico, social, tecnológico, ambiental e institucional.

Una vez definidos los asuntos estratégicos que enfrenta la organización se debe destacar la prioridad y la urgencia manifiesta para contrarrestarlos mediante datos y hechos sobresalientes. Se espera una alta objetividad en la formulación de la política, es decir, partir de los hechos, acontecimientos resultado de la investigación cualitativa o cuantitativa para llegar a los hallazgos y recomendaciones propuestos. Las conclusiones



TERMINOS DE REFERENCIA

deben basarse en la información analizada, así como las recomendaciones propuestas para contrarrestar los hallazgos.

2.2. ALCANCE

- La Política Corporativa debe proyectarse teniendo en cuenta la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Pasto, esto es, la Ciudad de Pasto con sus dos sedes (Centro y Américas); tres (03) Seccionales, es decir, Túquerres, La Unión y Sandoná; y los siguientes municipios, Albán, Ancuya, Arboleda (Berruecos), Belén, Buesaco, Colón (Génova), Consacá, Cumbitara, Chachagüí, El Peñol, El Rosario, El Tablón, El Tambo, Funes, Guaitarilla, Imués, La Cruz, La Florida, La Llanada, Leiva, Linares, Los Andes (Sotomayor), Mallama (Piedrancha), Ospina, Policarpa, Providencia, Samaniego, San Bernardo, San Lorenzo, San Pablo, San Pedro De Cartago, Santacruz (Guachavés), Sapuyes, Taminango, Tangua, Yacuanquer, Nariño.
- La Cámara de Comercio de Pasto a la fecha cuenta en sus registros con 49.237 matriculados (ESAL 2.808, Proponentes 791, Personas Naturales 20.621, Personas Jurídicas 3.364 y Establecimientos 21.653) y 590 Afiliados.
- Al interior de la Cámara de Comercio de Pasto laboran 90 funcionarios quienes hacen parte de las siguientes áreas: Presidencia, Departamento Jurídico y de Registros Públicos, Departamento de Planeación, Departamento Administrativo y Financiero, Departamento de Promoción y Desarrollo Empresarial, Departamento de Comercio Exterior. Este equipo de colaboradores es el encargado de implementar al interior de la Entidad los planes de la Política Corporativa y modificar los manuales, procesos y procedimientos según los resultados de la consultoría.

2.3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar el análisis, conceptualización, diseño y plan de implementación de la Política Corporativa "EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO".

OBJETIVOS ESPECIFICOS

TERMINOS DE REFERENCIA

- Identificar y describir los asuntos estratégicos que enfrenta la Cámara de Comercio de Pasto, en el entorno de los negocios a nivel local y departamental, tomando como base el análisis PESTEL.
- Proponer soluciones para enfrentar los asuntos estratégicos identificados y cómo implementarlas.
- Presentar investigaciones, estudios, casos de referencia, hechos, que justifiquen la incorporación de la política "EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO"

Los anteriores objetivos específicos se deben orientar bajo los siguientes componentes:

Componentes Técnicos. Se espera el trabajo de la consultoría respecto de:

- A. Estrategia
- B. Arquitectura Empresarial
- C. Estrategia de Comunicaciones
- D. Gestión del Cambio

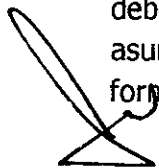
Componentes Administrativos. Tales como:

- A. Resumen Ejecutivo
- B. Informes de desarrollo de proyecto
- C. Hoja de Ruta para la implementación de la Política
- D. Informe final.

Los objetivos específicos de cada componente se expresan en términos de entregables, con el fin de facilitar su cumplimiento y evaluación de contenido. Se explican en detalle en el punto siguiente.

2.4. ENTREGABLES

Se espera que la formulación de la política arroje como resultado criterios para evaluar datos, hechos y acontecimientos. Adicionalmente, los supuestos y la metodología utilizada deben permitir la priorización de los criterios de juzgamiento de la información y de los asuntos estratégicos enfrentados. Las recomendaciones propuestas deben permitir la formulación de una teoría del cambio, así como su viabilidad y urgencia de



TERMINOS DE REFERENCIA

implementación y acción. Debe quedar claro lo siguiente ¿Cuáles son los pros y los contras? ¿Qué es factible? ¿Cuáles son los resultados predecibles? En este sentido, se debe desarrollar un modelo lógico para respaldar las afirmaciones con información relevante.

La formulación de la política corporativa "EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO", debe reflexionar en para quién, qué, dónde, por qué, cómo y cuándo.

El quién, el qué, y dónde reconoce el público objetivo, el uso previsto y la difusión esperada. Además, permite enunciar de manera precisa el asunto estratégico y lo orienta en términos de la política. Es menester manifestar cuales son las limitaciones en la estrategia presente. El por qué ofrece razones para iniciar la investigación del asunto estratégico y explica por qué es estratégico. También, es necesario identificar los pros y los contras de aplicar institucionalmente una política como la solicitada por la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Pasto. El cómo y cuándo, se refiere a la metodología utilizada para examinar la estrategia presente de la Cámara de Comercio de Pasto, y los supuestos básicos que guiaron la investigación y el análisis. Se espera establecer hallazgos o evidencias que exploren, describan y expliquen el asunto estratégico para recomendar acciones correctivas inmediatas.

El consultor debe presentar una síntesis del estudio, es decir, la conceptualización de la política como un conjunto de decisiones y lineamientos mediante los cuales se determinará el marco de actuación de la Cámara de Comercio de Pasto para orientar su gestión. Se entiende que la construcción del marco de responsabilidad corporativa debe aplicarse a todos los procesos operativos y de soporte. El conjunto debe ser la política de sostenibilidad que establece los compromisos para adelantar las operaciones de la entidad con excelencia y generación de valor en el marco de los objetivos del desarrollo sostenible.

- **ENTREGABLES DE LOS COMPONENTES TÉCNICOS.**

A. ESTRATEGIA:

Se debe explicar el método y la metodología a utilizar. Además, el consultor debe responder cómo la formulación de la política resuelve la pregunta ¿Qué beneficios se desprenden de propender por una política enfocada en lo departamental? Como también se debe explorar los beneficios y externalidades negativas de la política sugerida. Debe

TERMINOS DE REFERENCIA

presentarse una comparación de la actual estrategia de la Cámara de Comercio de Pasto, versus la aplicación de la política "EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO".

El consultor debe explicar los pasos específicos de cómo y cuándo implementar las recomendaciones. Identificar los riesgos significativos, los costos y obstáculos asociados con la implementación. Debe proponer la mecánica de implementación. La conclusión debe volver sobre el panorama general o la motivación de la política: ¿De qué se trata la política? ¿Cuál es el objetivo del análisis o las recomendaciones de la política? ¿Qué pasará si la alta y media gerencia no actúan según las recomendaciones? En general, debe esperarse una declaración explícita de los asuntos estratégicos que dan pie a la adopción de una política corporativa como la sugerida por la Junta Directiva en términos de descripción, antecedentes y relevancia para el pensamiento y la acción estratégica.

Se debe brindar una definición de los principales elementos de la planeación estratégica con el propósito de articular acciones de corto plazo con la visión de largo plazo.

Los entregables que se esperan de este componente son:

	Entregable	Descripción
1.	Marco general de la política.	<p>1.1 Historiar brevemente y de manera clara el panorama general relacionado con el propósito de la política corporativa. Los antecedentes orientados al objetivo general y las motivaciones subyacentes para la historia y el contexto. Así mismo, la valoración del entorno interno y externo de la Cámara de Comercio de Pasto.</p> <p>1.2 Describir el rol de los diferentes grupos de interés (stakeholders) involucrados en la implementación de la hoja de ruta de la política corporativa EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO.</p> <p>1.3 Identificar y clarificar plenamente los mandatos tanto formales como informales que debe enfrentar la institución, debe aclararse la misión y los valores de la organización puesto que en asocio de sus mandatos proporciona la razón de su justificación social.</p> <p>1.4 Desarrollar un acuerdo inicial sobre la conveniencia o no de la política "EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO"</p> <p>1.5 Identificar los asuntos estratégicos internos a través de preguntas fundamentales de la política que puede afectar los</p>

TERMINOS DE REFERENCIA

		mandatos, la misión, valores, productos y servicios. 1.6 Los asuntos estratégicos de carácter externo identifican quiénes podrían beneficiarse o afectarse negativamente. La declaración del asunto estratégico debe hacerse mediante la descripción del problema a manera de pregunta donde la Cámara de Comercio de Pasto, pueda indicar si puede o no hacer algo al respecto. Si la respuesta a la pregunta es que no constituye un asunto estratégico, por lo menos para la entidad, se deberá indicar la estrategia adecuada para cooperar en la solución indirecta del tema. También, se espera la enumeración de los factores que hacen del tema una cuestión de política fundamental. En particular, con lo relacionado con los mandatos legales, la misión o los valores. Deben quedar claras las consecuencias de abordar o no la política identificada.
2.	Definición de visión y mapa de objetivos estratégicos generales.	Dentro del Marco General de la Política es necesario definir una visión para orientar e inspirar el accionar de la Cámara de Comercio en el largo plazo. Esto es el resultado del ejercicio - taller de definiciones estratégicas al 2025 (con equipo directivo, delegados de la Junta Directiva y algunos líderes de opinión), en relación con el rol de la entidad frente a la política corporativa. Se espera un mapa de objetivos estratégicos y enlaces causa - efecto por perspectiva de gestión.
3.	Cuadro de mando integral – CMI.	Definición de indicadores de gestión y metas plurianuales; disposición tipo cuadro de mando integral para facilitar su seguimiento y retroalimentación durante la implementación de la política.
4.	Diseño de Comité de seguimiento a la gestión de la política corporativa con base en el CMI.	Diseño del comité de seguimiento al proyecto (integrantes, frecuencia, contenidos, decisiones por tomar), a partir de las definiciones estratégicas necesarias para la implementación de la política y del CMI.

B. ARQUITECTURA EMPRESARIAL.

La evolución de la realidad comercial apremia a la Cámara de Comercio de Pasto a transformarse continuamente para asegurar su pertinencia, continuidad y capacidad de

TERMINOS DE REFERENCIA

agregar valor y para ello debe atender dos ejes: el funcional y el humano. El eje funcional se refiere al diseño organizacional y el eje humano a la cultura organizacional.

Por diseño organizacional se entiende los aspectos estructurales que dan contexto a la operación: alineación con la estrategia, indicadores y sistema de medición de gestión del desempeño, políticas organizacionales, controles, procesos que orientan la operación, organigrama, perfiles de cargo, planes de desarrollo de carrera, esquema de toma de decisiones y modelo de operación, principalmente. Vale la pena mencionar que la Cámara de Comercio de Pasto está ejecutando actualmente el Estudio de Cargas Laborales con el fin de rediseñar el nuevo esquema organizacional, perfiles de cargo, estructura salarial y por este motivo la Política Corporativa EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO y el Diseño Organizacional deberán estar alineados. Igualmente, el proyecto de Política Corporativa deberá articularse con los estándares de la Oficina de Gerencia de Proyectos (PMO) de la Cámara de Comercio de Pasto.

En cuanto a cultura organizacional se espera que la consultoría se enfoque principalmente en el estilo de liderazgo y las herramientas de comunicación.

Los entregables que se esperan de este componente son:

	Entregable	Descripción
1.	Documento que identifique el valor de implementar un sello como reconocimiento a quienes cumplan los criterios de la Política Corporativa.	Identificación de los valores que se espera desarrollar en el mercado de la región (ej. productores, comerciantes, consumidores) a través de la implementación de una iniciativa tipo "Sello" que permitirá identificar los productos y servicios nariñenses que han cumplido con las características / condiciones que sugiere la política. Se explicará también cuál es la validez de este sello frente al uso de otras certificaciones similares.
2.	Articulación con los estándares de la Oficina de Gestión de Proyectos (PMO).	Sugerencias de aplicación de los estándares propios de la PMO de la Cámara de Comercio de Pasto a los entregables del proyecto (ej. project charter, panorama de riesgos, presupuesto de

TERMINOS DE REFERENCIA

		gastos e inversiones, codificación de entregables, etc.).
3.	Organigrama con los perfiles de cargos y procesos necesarios para implementar la Política Corporativa al interior de la Cámara.	Documento con el nuevo organigrama, sus respectivos perfiles y los procesos necesarios para la implementación y despliegue de la Política Corporativa.
4.	Portafolio de programas y proyectos de innovación, productividad y competitividad.	Documento descriptivo del portafolio de programas, proyectos e iniciativas relacionadas con innovación, productividad, competitividad, emprendimiento, formalización (entre otros) que se requieren para la implementación de la política corporativa EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO y que se propondrán a la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Pasto.
5.	Relación de convenios a suscribir con instituciones, gremios, y otros actores regionales.	Realizar una propuesta de convenios que la Cámara de Comercio de Pasto debería suscribir con instituciones, gremios, universidades, fundaciones (entre otros) con el fin de dar ejemplo en el consumo de productos y servicios nariñenses.
6.	Inventario de documentación impactada por las definiciones de la Política Corporativa.	Listado y propuesta de modificación de la documentación interna de la CCP impactada por la implementación de la nueva Política Corporativa (políticas organizacionales, estatutos, reglamentos, manuales, procedimientos, entre otros).
7.	Batería de indicadores asociados a los objetivos estratégicos específicos que espera influenciar desde el proyecto.	Documento descriptivo con la definición de las métricas de medio y de resultado esperadas en la implementación del proyecto, los respectivos hitos y victorias tempranas.

TERMINOS DE REFERENCIA

C. ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES.

Los mensajes, audiencias y canales son piezas fundamentales para difundir, posicionar y asegurar la aplicación de la nueva Política Corporativa. Para esto se espera contar con los siguientes entregables:

	Entregable	Descripción
1.	Diagnóstico de elementos culturales que identifican la identidad regional.	Documento que describa las características culturales más relevantes para impulsar el consumo de productos y servicios regionales.
2.	Análisis de medios y eventos, y su impacto en la región.	Inventario detallado de medios y eventos, su cubrimiento y alcance.
3.	Identificación de actores relevantes, líderes e influyentes para la región.	Análisis de representantes con legitimidad social, influenciadores y stakeholders para la región.
4.	Estrategia de comunicación.	Documento basado en el diagnóstico que dicte las líneas estratégicas generales para la ejecución del proyecto.
5.	Estrategia de marca.	Diseño de la estrategia de marca, definición de los atributos que deben identificar al proyecto.
6.	Estrategia de sensibilización e involucramiento de empresarios.	Documento de definición de la estrategia de sensibilización e involucramiento de jugadores clave y pertinentes para el mercado.
7.	Campaña de medios (incluye gestión de redes sociales).	Documento con las especificaciones de temáticas, público objetivo, alcance, publicación e impacto de las piezas de comunicación a través de los medios definidos.
8.	Diseño de concepto creativo.	Definición de los conceptos sombrilla que guiarán y darán unidad a la producción de todas las piezas definidas en el plan detallado.
9.	Diseño de imagen y de	Con base en la estrategia de marca y en el diseño

TERMINOS DE REFERENCIA

	contenidos por medio para toda la campaña .	del concepto creativo, definir el manejo de imagen y contenidos según medios.
10.	Guiones de las piezas de comunicación.	Producción de los guiones para cada una de las piezas de comunicación definidas en el plan.
11.	Diseños gráficos y copias de toda la campaña.	Diseño de copias y de imagen de las piezas de promoción.
12.	Plan de Acuerdos con los productores, empresarios, comerciantes y emprendedores de la región.	Diseño y ejecución de un Plan de Acuerdos para la participación de los productores, empresarios, comerciantes y emprendedores de la región en el proyecto desde sus roles funcionales.

D. GESTIÓN DEL CAMBIO.

Es necesario ayudar a la organización a que adopte exitosamente todos los ajustes derivados de las nuevas actitudes organizacionales, procesos, esquema de gobierno y portafolio de programas y proyectos derivados de la asimilación, inmersión e implementación de la política corporativa EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO. Para ello es necesario contar con los siguientes entregables:

	Entregable	Descripción
1.	Diagnóstico de disposición al cambio al interior de la Cámara de Comercio de Pasto.	Documento de identificación y valoración de disposición de cambio hacia los objetivos de innovación, productividad y competitividad planteados por la nueva política corporativa.
2.	Plan de sensibilización, comunicación e intervención hacia el equipo interno de la Cámara de Comercio.	Documento de diseño de la estrategia de sensibilización, comunicación y otras intervenciones hacia las audiencias equipo-áreas de la CCP orientadas a adoptar prácticas asociadas al proyecto.
3.	Diseño y ejecución de intervenciones a las personas líderes en la CCP.	Documento de diseño de la estrategia de intervención a personas líderes de la CCP Orientado a mejorar su percepción sobre los objetivos del proyecto y a incentivar su liderazgo

TERMINOS DE REFERENCIA

		del mismo.
4.	Diseño y ejecución de la estrategia de capacitación.	Documento de la estrategia de capacitación a todas las personas de la CCP, según su rol, para facilitar los procedimientos que demande la gestión del proyecto.

- **ENTREGABLES DE LOS COMPONENTES ADMINISTRATIVOS**

A. RESUMEN EJECUTIVO

B. INFORMES DE DESARROLLO DEL PROYECTO

Los trabajos se presentarán para su revisión y aprobación cada mes, en dos ejemplares, incluyendo la descripción pormenorizada de los avances logrados en cada actividad, adjuntando copia de los documentos del trabajo de campo. Los entregables deberán seguir los estándares de la Oficina de Gestión de Proyectos (PMO) de la Cámara de Comercio de Pasto.

La entidad tendrá cinco (5) días hábiles para revisar y el consultor cinco (5) días hábiles para subsanar las observaciones si las hubiere. Adicionalmente, se deberá presentar un repositorio virtual de los trabajos ejecutados durante el tiempo asignado. También se deberá incluir un cronograma comparativo de los avances logrados versus los propuestos, esquema de séguimiento a riesgos y las medidas correctivas en caso de retraso.

C. HOJA DE RUTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA.

Diseñar una hoja de ruta para la implementación de los diferentes componentes que requiera la nueva Política Corporativa EN NARIÑO, PRIMERO LO NUESTRO. La hoja de ruta incluye la estrategia, recursos y equipo necesario para la implementación, priorización y secuenciación de iniciativas valoradas, mapa de riesgos y plan de mitigación.

D. INFORME FINAL

TERMINOS DE REFERENCIA

Debe presentarse en la misma forma que los informes de avance, el cual, luego de ser corregido y aprobado se entregará con toda la información resultado de los estudios y que debe contener como mínimo los siguientes volúmenes: resumen ejecutivo, desarrollo del estudio por componente, anexos de diseños detallados de cada componente y los aspectos que considere pertinentes el supervisor del contrato de parte de la CCP. El resumen ejecutivo será presentado ante la Junta Directiva de la CCP y algunos grupos de interés específicos (ej. Gobernación Departamental, Alcaldía de Pasto, Cámara de Comercio de Ipiales, Cámara de Comercio de Tumaco, gremios, universidades, ciudadanía y medios de comunicación).

Los documentos finales deben ser presentados en tres (3) ejemplares, un original y dos copias debidamente foliados. Deben ser impresos en papel bond de 80 gramos debidamente firmados por el Director de Proyecto, los Líderes Especialistas y encuadernados. Una copia en CD para procesar en plataforma Microsoft (procesador de texto Microsoft Word, hoja de cálculo Microsoft Excel 2016, y presentaciones Microsoft Power Point).

3. EQUIPO DE TRABAJO

3.1. PERFIL REQUERIDO.

Persona natural, Persona jurídica, o Unión Temporal (Si el proponente es una empresa local o una Unión temporal en la cual haya participación de un socio o aliado local, recibirá puntuación adicional; Ver Numeral 6.4. EVALUACIÓN DEL PROPONENTE Y EQUIPO DE TRABAJO)

NOTA: Se entiende por socio o aliado local la vinculación de una persona natural o jurídica con domicilio de su matrícula mercantil en la Ciudad de Pasto o bien en alguno de los municipios sujetos a la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Pasto mencionados en el numeral 2.2. ALCANCE., la cual, en la Carta de Intención manifieste su porcentaje de participación.

3.2. FORMACIÓN

- **Persona Natural.** Profesional en Administración de Empresas o Ingeniería Industrial o Comunicación Social o Ciencias Humanas y Sociales o afines, que acredite especialización en formulación y evaluación de proyectos. Debe tener por

TERMINOS DE REFERENCIA

lo menos diez (10) años de experiencia profesional certificada relacionada en el campo de formulación y gestión de proyectos. Se deberá aportar las constancias, certificaciones, actas de liquidación u otros soportes necesarios para evidenciar el cumplimiento de este requisito.

- **Persona Jurídica o Uniones Temporales.** El objeto o actividades de la empresa deben estar relacionadas con el diseño, formulación, evaluación técnica - económica de proyectos, consultoría o asesoría empresarial, o similares. Acreditar experiencia específica de cinco (5) años en este campo. El proponente deberá certificar la competencia técnica, capacidad operativa y la experiencia relacionada con el objeto del contrato y aportar las constancias, certificaciones, actas de liquidación u otros soportes necesarios para evidenciar el cumplimiento de este requisito. En el caso de las Uniones Temporales se podrá aportar la experiencia de sus integrantes que en suma cumplan con el tiempo requerido y sea certificado.

3.3. EQUIPO DE TRABAJO

El contratista elegido debe garantizar como mínimo el siguiente personal profesional con sus respectivos soportes y acreditaciones:

- **Director de proyecto:** profesional en Economía o Administración de Empresas o Ingeniería Industrial o Ciencias Humanas y Sociales, deseable con estudios de maestría en áreas relacionadas; experiencia mínima de diez (10) años en la estructuración y dirección de proyectos de estrategia de negocios, arquitectura empresarial, políticas públicas, política corporativa, desarrollo regional o afines.
- **Líder de estrategia y arquitectura empresarial:** profesional en Economía o Administración de Empresas o Ingeniería Industrial o Ciencias Humanas y Sociales, deseable con estudios de maestría en áreas relacionadas; experiencia mínima de cinco (5) años en proyectos de estrategia de negocios, portafolio de programas y proyectos, medición y gestión empresarial (cuadro de mando), diseño organizacional y arquitectura empresarial o afines.
- **Líder de comunicaciones:** profesional en Comunicación Social, con estudios de postgrado en comunicación corporativa o gerencia en comunicación organizacional o estratégica o afines; la experiencia no podrá ser inferior a cinco años (5) en estrategia

TERMINOS DE REFERENCIA

de marca, análisis de medios y eventos, estrategia de comunicaciones sectoriales, campañas de medios o afines.

- **Líder de diseño y posicionamiento de marca:** profesional en Diseño Gráfico o Diseño Industrial o Comunicación Social; la experiencia no podrá ser inferior a cinco (5) años, incluyendo experiencia en desarrollo de producto y trabajo con unidades productivas o afines.
- **Líder de análisis e intervención social:** profesional en ciencias sociales, humanas o políticas con postgrado en ciencias sociales o políticas. Conocimiento en metodologías de intervención social y de políticas públicas. Experiencia en trabajo con comunidades; la experiencia no podrá ser inferior a cinco (5) años en el rol de análisis e intervención social.
- **Líder de gestión del cambio:** profesional en Comunicación Social o Psicología o Administración de Empresas u otras de las Ciencias Humanas y Sociales, con estudios de postgrado en comunicación organizacional o gestión del cambio o afines; la experiencia no podrá ser inferior a cinco años (5) en gestión del cambio organizacional, estrategia de comunicaciones internas, campañas de sensibilización y capacitación.

El equipo de apoyo a los Líderes anteriormente mencionados y los demás requeridos para el desarrollo de la consultoría serán responsabilidad del contratista y en ningún momento tendrán vinculación laboral alguna con la Cámara de Comercio de Pasto.

Se permiten figuras de Unión Temporal para articular los diferentes componentes, siempre y cuando al menos uno de los integrantes de la unión temporal (mínimo 30% de participación) sea una persona natural o jurídica con domicilio en la ciudad de Pasto, es necesario que se presenten las Cartas de Intención de conformación de la respectiva figura junto con las autorizaciones o delegaciones a los representantes legales. En cualquier caso, se debe diligenciar el esquema de gobierno de proyecto claramente definido como se muestra a continuación:

Descripción del equipo de trabajo					
CARGO	Nombre	Perfil	Experiencia		Certificaciones que aporta
			Tiempo	Labor	

TERMINOS DE REFERENCIA

				desempeñada	
Director de proyecto					
Líder de estrategia y arquitectura empresarial					
Líder de comunicaciones					
Líder de diseño y posicionamiento de marca					
Líder de análisis e intervención social					
Líder de gestión del cambio					

4. PLAZO DE EJECUCIÓN

El consultor propondrá el plazo que considere necesario para la elaboración y suministro de los entregables solicitados, el cual no debe ser mayor a 120 días calendario, este plazo incluye el tiempo necesario para consultas, coordinaciones, revisiones y aprobaciones correspondientes.

5. CRONOGRAMA

El consultor debe presentar un diagrama de GANTT detallado y valorizado de todas las actividades inherentes al estudio en cada componente, que debe ser concordante con la propuesta por componente técnico y económico.

TERMINOS DE REFERENCIA

6. VALOR DEL CONTRATO

El presente contrato tiene un valor de TRESCIENTOS MILLONES DE PESOS MDA/CTE (\$300'000.000).

6.1. EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS

La Evaluación de las propuestas contemplará tres ítems con los siguientes ponderados:

Componente	%
Propuesta Económica	50%
Propuesta técnica	25%
Perfil del proponente y equipo de trabajo	25%
Calificación Total	100%

6.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA DE LAS PROPUESTAS

Para evaluar este ítem se tendrá como referencia inicial el valor del presupuesto y se asignará un puntaje para cada valor ofertado por los proponentes.

Para las ofertas que se encuentren en un rango entre el 95% y el 100% del presupuesto se calculará un valor de referencia dado por la expresión:

$$V_{ref} = \frac{2V_{of} + 2V_{menor} + \sum_1^m V_i}{m + 4}$$

Donde:

V_{menor}: Valor de la oferta de menor precio aceptada en la evaluación

TERMINOS DE REFERENCIA

V_{ref} : Valor de referencia

V_{of} : Valor del presupuesto para este contrato

V_i : Son las ofertas que se encuentran en el rango entre el 95% y el 100% del presupuesto, excluyendo la de menor valor.

m : número de ofertas que se encuentran en el rango entre el 95% y el 100% del presupuesto, sin incluir la de menor valor.

El puntaje precio se asigna para todas las ofertas independientemente si se encuentran o no en el rango establecido en la siguiente expresión:

Si $V_{ref} > V_i$

$$P_{pi} = \left(1 - \frac{V_{ref} - V_i}{V_{ref}}\right)^2 * 100$$

Si $V_{ref} < V_i$

$$P_{pi} = \left(1 - \frac{V_i - V_{ref}}{V_{ref}}\right)^2 * 100$$

Dónde:

P_{pi} : Valor del puntaje precio de la oferta /

El valor del presupuesto oficial (V_{of}) es el siguiente: \$300'000.000 COP.



TERMINOS DE REFERENCIA

6.2. REQUISITOS DE LA PROPUESTA ECONÓMICA

- El consultor deberá presentar su propuesta económica en moneda pesos colombianos.
- Deben quedar claros los valores de honorarios, gastos generales (tiquetes aéreos, transporte, alojamiento, alimentación y manutención del equipo de consultores) y utilidades del consultor.
- El contratista debe especificar el valor total por el contrato (incluyendo y discriminando el valor de impuestos, retenciones, descuentos de ley y si es el caso, aportes parafiscales).
- La Cámara de Comercio de Pasto escogerá a la propuesta que garantice la mejor alternativa de valor de la consultoría vs. el cumplimiento de los objetivos del trabajo en términos de tiempo, calidad y relevancia del estudio.

En caso de ser necesario, la Cámara de Comercio de Pasto se reserva el derecho de negociar con el oferente aquella propuesta que cumpla con la mayoría de los criterios de selección con el fin de lograr un acuerdo.

6.3. EVALUACIÓN TÉCNICA DE LAS PROPUESTAS

La evaluación técnica se realizará en una escala de 1 a 100 puntos y representa el 25% de la calificación integral. Esta se realizará de acuerdo a las siguientes consideraciones:

Objetividad de la propuesta (20 puntos): Propuestas basadas en una contextualización adecuada y respaldada en datos e investigaciones formales.

Correspondencia con los objetivos expresados en los términos de referencia (20 puntos): Comprensión y correspondencia de lo que se busca en la consultoría.

Factibilidad de las estrategias planteadas (20 puntos): Identificación de riesgos significativos, los costos y obstáculos asociados con la implementación de la política propuesta.

Metodología y cronograma (20 puntos): Descripción detallada de la metodología y referenciada con casos de éxito.

Conceptualización de la política propuesta (20 puntos): Conceptualización de la política como un conjunto de decisiones y lineamientos que vayan acordes a la realidad de la Cámara de Comercio de Pasto y la región.

TERMINOS DE REFERENCIA

6.4. EVALUACIÓN DEL PERFIL DEL PROPONENTE Y DEL EQUIPO DE TRABAJO

La evaluación se realizará al perfil del proponente y a cada uno de los integrantes del equipo de trabajo a los que se refiere el numeral 3. EQUIPO DE TRABAJO del presente documento.

Se tendrá en cuenta los soportes presentados a las hojas de vida en cuanto a formación y experiencia, y se asignará una puntuación de acuerdo a las siguientes características:

Cualificación exigida (10 puntos): Cumplimiento del perfil de formación especificado en los presentes términos de referencia tanto para el proponente cuando sea el caso, como para cada uno de los integrantes del equipo de trabajo.

Experiencia exigida (10 puntos): Cumplimiento de experiencia exigida y especificada en los presentes términos de referencia, debidamente certificada, tanto para el proponente cuando sea el caso, como para cada uno de los integrantes del equipo de trabajo.

Formación adicional: Para el caso del proponente, cuando fuere una persona Natural, se premiará con cinco (5) puntos un nivel de formación en maestría y con diez (10) puntos el nivel de formación en doctorado.

Para la evaluación del equipo de trabajo, el segundo título de posgrado en el mismo nivel se califica con cinco (5) puntos y el nivel de posgrado superior y que sea afín se califica con diez (10) puntos. Solo se asignarán puntos en uno de los dos casos cuando se presenten las dos situaciones, buscando el que sea de mayor beneficio para la propuesta.

Experiencia adicional (5 puntos): Se calificará con cinco (5) puntos por la experiencia específica debidamente certificada, adicional a la exigida en los presentes términos de referencia.

Adicional regional: Cuando el proponente sea una empresa o persona natural local, se asignarán diez (10) puntos en la calificación.

Cuando se trate de una unión temporal y si la participación de un socio o aliado local corresponde al 30% del total, la propuesta recibirá cinco (5) puntos adicionales. Si la participación del socio o aliado local corresponde al 40% del total, la propuesta recibirá

TERMINOS DE REFERENCIA

siete (7) puntos adicionales. Y si la participación de un socio o aliado local es mayor al 50% del total, la propuesta recibirá diez (10) puntos adicionales en la evaluación final. Esto deberá ser respaldado con un documento firmado en donde se mencione expresamente la participación porcentual de los socios que constituyen la Unión Temporal.

7. FORMA DE PAGO

El pago se efectuará de la siguiente manera:

- **30%** como pago anticipado previa legalización del contrato con Póliza de Buen Manejo y Correcta Inversión de Anticipo.
- **30%** previa presentación y aprobación del segundo informe de avance.
- **40%** a la entrega a satisfacción de los entregables finales y aprobación del informe final.

8. GARANTÍAS

Con el propósito de garantizar la seriedad de las propuestas y el cumplimiento de las obligaciones que se contraigan con el contratista, se solicitarán las siguientes pólizas:

8.1. GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA: Correspondiente al diez por ciento (10%) del valor total de su oferta.

8.2. BUEN MANEJO Y CORRECTA INVERSIÓN DEL ANTICIPO: por el 100% del valor anticipado por el término de 90 días.

8.3. DE CUMPLIMIENTO: por el 20% del valor total del contrato durante la ejecución del mismo y 3 meses más

8.4. DE SALARIOS, PRESTACIONES SOCIALES E INDEMNIZACIONES LABORALES: por el 20% del valor total del contrato durante la ejecución del mismo y 3 años más.

9. CAUSALES DE RECHAZO DE LAS PROPUESTAS.

9.1. La presentación de la propuesta por fuera del término establecido para la recepción de las mismas.

TERMINOS DE REFERENCIA

- 9.2.** Haber presentado una oferta económica que supere el valor asignado para la presente contratación.
- 9.3.** El incumplimiento de alguno de los requisitos establecidos en el Numeral 3, 3.1, 3.2 y 3.3. respecto de la especificidad del EQUIPO DE TRABAJO.
- 9.4.** No haber aportado la Carta de Intención si se trata de una Unión Temporal o haber aportado el documento sin firmas.
- 9.5.** La presentación de varias propuestas por parte de la misma Persona Natural, Jurídica o Unión Temporal.
- 9.6.** La presentación de una propuesta que condiciona el cumplimiento de los presentes Términos de Referencia.
- 9.7.** La presentación de documentación inconsistente o falsa.

10. CRONOGRAMA DE LA CONVOCATORIA

ACTIVIDAD	FECHA
Publicación de los TDR	19 de febrero
Fecha límite para la recepción de preguntas y observaciones a los TDR	24 de febrero
Publicación de respuestas a las preguntas u observaciones realizadas a los TDR	26 de febrero
Inscripción de Oferentes	Hasta el 02 de marzo
Cierre de la convocatoria y plazo máximo para recibir propuestas.	Hasta el 06 de marzo
Publicación de los resultados	10 de marzo

11. ENTREGA DE PROPUESTAS

Las Personas Naturales, Jurídicas o Uniones Temporales interesadas en participar en la presente convocatoria podrán enviar sus preguntas sobre los Términos de Referencia **hasta el día 24 de febrero de 2020 a las 6:00 p.m.** al siguiente correo electrónico: dplaneacion@ccpasto.org.co Las respuestas se consolidarán y serán publicadas el día **26 de Febrero** en la página web institucional.

Los interesados deberán presentar sus propuestas en físico debidamente foliadas en sobre sellado en la unidad de correspondencia de la Cámara de Comercio de Pasto, ubicada en

TERMINOS DE REFERENCIA

la calle 18 No. 28-84 **hasta el día 06 de marzo de 2019 a las 6:00 p.m.** No se admitirá, en ningún caso, la recepción de propuestas por medio de correo electrónico.

El horario de recepción de propuestas será de 8:00 a.m. a 12: 00 p.m. y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m. de lunes a viernes a partir de la fecha de publicación de los presentes términos de referencia.

Las propuestas deben entregarse con los siguientes soportes:

1. Carta de presentación, incluyendo la siguiente autorización para verificar datos propios de la propuesta: " Autorizo a la Cámara de Comercio de Pasto para verificar la información contenida en la presente propuesta, relacionada con experiencia académica, profesional y referencias de certificados laborales".
2. Propuesta económica.
3. Propuesta técnica.
4. Hoja de vida con soportes y certificaciones que acrediten la experiencia del oferente y el equipo de trabajo relacionado en el NUMERAL 3.3. de los presentes TDR.
5. Póliza de seriedad de la oferta a nombre de la Cámara de Comercio de Pasto equivalente al 10% de oferta económica presentada.
6. Certificado de existencia y representación legal con una expedición no mayor a 30 días debidamente renovado 2019, esto, para cada uno de los integrantes de la UT en caso de serlo.
7. RUT, para cada uno de los integrantes de la UT en caso de serlo.
8. Copia cédula de ciudadanía del representante legal en caso de ser Persona Jurídica y de haber lugar, soportes de autorización para contratación.
9. Antecedentes fiscales, disciplinarios y judiciales de la persona natural o de la persona jurídica y del representante legal.
10. Medio magnético (CD) con toda la información anterior.
11. Para el caso de Uniones Temporales, anexar carta de intención debidamente firmada por los representantes legales.
12. Certificado de cumplimiento del pago de aportes parafiscales y seguridad social, además del cumplimiento del sistema de seguridad y salud en el trabajo para Personas Naturales, Jurídicas y Uniones Temporales, y su equipo de trabajo (Trabajadores, contratistas y subcontratistas)

TERMINOS DE REFERENCIA


12. FECHA DE EMISIÓN

Dado en San Juan de Pasto, 19 de febrero de 2020

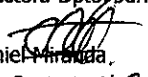
ATENTAMENTE,



FRANCISCO JAVIER REVELO UNIGARRO
Presidente Ejecutivo (e)



Revisó: Adriana Caicedo
Directora Dpto. Jurídico y Registros



Revisó: Daniel Miranda
P.U. Contratación



Revisó: Yhony Bastidas
P.U. Estudios Económicos