

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS – SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

Dependencia Solicitante: Decanatura Facultad de Ingeniería
Rubro: Servicios de organización y asistencia de convenciones

Fecha: 3 de noviembre de 2022

Funcionario responsable del proceso en la dependencia: Luz Esperanza Bohórquez Arévalo

1. DEFINICIÓN DE LA NECESIDAD (OBJETO DEL CONTRATO)

Prestar servicios de adquisición de venta de espacios publicitarios en medios electrónicos o medios de comunicación de pauta digital para el cumplimiento de la política de comunicaciones, visibilización de las actividades, programas y proyectos de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, desde el mes de noviembre de 2022.

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROCESO DE SELECCIÓN

Corresponde a la decanatura de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas ejecutar los lineamientos estratégicos, estrategias y metas del plan estratégico de desarrollo 2018- 2030, el plan indicativo de la universidad 2022-2025 y el plan de acción 2022 de la facultad de ingeniería en sus lineamiento estratégico 1, lineamiento estratégico 2. Y lineamiento estratégico 3. Y lineamiento 4., así como cumplir con el objetivo del proceso de comunicaciones: coordinar las actividades de comunicación institucional interna y externa, a través de la difusión y publicación oportuna de la información generada por la universidad y de interés general de la misma, con el fin de garantizar la visibilidad, el posicionamiento y el mejoramiento de la imagen institucional., así mismo, corresponde a la decanatura cumplir con las actividades, procedimientos e indicadores de gestión del modelo de operaciones en el proceso de comunicaciones de la universidad y el plan de acción 2022, con el fin de cumplir los siguientes procedimientos: 1. Comunicación y difusión a través de tecnologías de información, 2. Uso y administración de cartelera institucionales, 3. Elaboración boletín electrónico informativo, 4. Producción de programas radiales, 5. Producción de cuñas radiales, 6. Cubrimiento de eventos institucionales, 7. Realización de piezas gráficas, 8. Realización de piezas audiovisuales, 9. Realización de notas para la página web. Por lo anterior, se hace necesaria la contratación de los servicios de adquisición de venta de espacios publicitarios en medios electrónicos donde se maneje la pauta digital para la visibilización de los programas de la facultad de ingeniería.

Actualmente la universidad se rige por el Acuerdo No. 03 del 11 de marzo de 2015 “Por el cual se expide el estatuto de contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas”, el cual establece en su artículo No. 14 Modalidades de Selección y en el artículo No. 18 La Contratación Directa: La Universidad seleccionará, con base en los estudios previos, de manera directa al

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

contratista siempre que se justifique por lo menos una de las condiciones especiales que se definen a continuación y se aplique en todo momento el principio de selección objetiva:

1. En los contratos que tengan una cuantía inferior a doscientos (200) salarios mínimos mensuales vigentes.
2. Cuando deba celebrar contratos de prestación de servicios profesionales y/o de apoyo a la gestión administrativa o para la ejecución de trabajos artísticos, científicos o académicos, asesorías o consultorías que se encomienden a determinada persona en razón a su capacidad, idoneidad y experiencia relacionada con el objeto a contratar.
3. Cuando la contratación sólo pueda celebrarse con una determinada persona por tratarse de titularidad de patentes, derechos de autor, u otros derechos exclusivos, obras de arte, servicios de artistas, subordinación tecnológica, museos y/o exposiciones. Para el efecto la justificación de dicha o dichas situaciones constará en los estudios previos correspondientes.

3. RAZONES DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD (marque X si el contrato está vigente)

Objeto	Contrato Vigente		Oportunidad		
	Sí	No	Fecha de Inicio	Fecha Final	Plazo Max. de Inicio Nuevo Contrato
Prestar servicios de adquisición de venta de espacios publicitarios en medios electrónicos o medios de comunicación de pauta digital para el cumplimiento de la política de comunicaciones, visibilización de las actividades, programas y proyectos de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, desde el mes de noviembre de 2022.			30 de nov 2022	Diciembre 2022	30 de noviembre de 2022

4. EVALUACIÓN DE LOS POSIBLES RIESGOS (La tipología de los riesgos que podrían ser)

4.1. Riesgos previsibles con cargo al oferente ganador:

- El incumplimiento con los requerimientos solicitados en las especificaciones técnicas.
- El incumplimiento con las garantías solicitadas por la Universidad.
- La mala disposición para prestar el servicio solicitado de forma virtual a la Universidad.
- Entregar material de mala calidad y que no estén acorde a lo solicitado.
- Atrasos y sobre costo en la entrega de productos por mala planificación.

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

4.2. Riesgos imprevisibles:

- Atrasos y sobre costos en la prestación del servicio por imprevisión o mala planificación del oferente ganador respecto del control de inventarios, impactando el costeo de productos.
- Atrasos en la prestación del servicio debido a la emergencia sanitaria actual, impactando en el retraso del pago del contrato en la actual vigencia.

4.3. Riesgos previsibles a cargo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas:

- El no pago del contrato, en la forma establecida, cualquiera sea la modalidad de esta contratación.
- La no ejecución del contrato en la forma debida y establecida en los Términos de Referencia.
- La no comunicación permanente por parte del supervisor del contrato con el oferente(s) ganador (es) del proceso de selección que ocasione.
- Cambiar las condiciones técnicas establecidas para los elementos a suministrar por parte del contratista (s) ganador (es) del proceso de selección.

4.4. Otros riesgos que se consideran:

5. JUSTIFICACIÓN DEL VALOR DEL CONTRATO - ANÁLISIS DEL MERCADO Y DEL SECTOR:

En el análisis del mercado se realizó la solicitud de cotizaciones a prestadores de servicios de producción para lo cual se presentan los siguientes casos.

I. ANALISIS DE LA OFERTA

Se recibieron tres cotizaciones para mirar el valor en el mercado de adquisición de venta de espacio publicitario – pauta digital para la Facultad de Ingeniería los cuales fueron los siguientes:

TABLA 2: DE ANÁLISIS DEL MERCADO – OFERTA

	Nombre de la empresa cotizante	Condiciones ofrecidas	Objeto	Valor Ofrecido
1	Ingenio construyendo ideas	Servicio de Administración de Pauta Digital Proveer los recursos económicos necesarios para la implementación de la pauta	Prestar servicios de adquisición de venta de espacios publicitarios en medios electrónicos	\$ 36.060.000

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS		
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

2	Lebalon SAS	digital en plataformas o medios de comunicación que la facultad requiera de acuerdo con el presupuesto y plan de medios autorizado, hacer el seguimiento y administración de la pauta y entregar informes de rendimiento y gestión. Actividades del Servicio de Administración:	o medios de comunicación de pauta digital para el cumplimiento de la política de comunicaciones, visibilización de las actividades, programas y proyectos de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, desde el mes de noviembre de 2022.	\$ 38.100.000
3	Maval Group SAS	- Ordenación y financiación mensual de la pauta digital - Plan de medios digitales (medios en donde implementar, alcance impresiones-clics prospectados en campaña) - Cuadro de materiales para la elaboración de piezas - Asesoría gráfica y contextual de anuncios - Implementación de pauta en las herramientas propuestas en el plan de medios - Informes semanales de rendimiento - Reunión semanal para entrega de informe - Equipo necesario: Buyer-Analista de datos - Herramientas: Dashboard online de seguimiento de pauta		\$37.080.000
			VALOR PROMEDIO	\$37.080.000

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

ACTIVIDADES CIIU

CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME

ACTIVIDADES CIIU		
ÍTEM	CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
1	4690	El comercio al por mayor de una variedad de productos sin ninguna especialización en particular.
2	6201	Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas).
3	7310	El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión. La creación y la realización de campañas de publicidad que incluyen: – Creación y colocación de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio, televisión, Internet y otros medios de difusión. – Creación y colocación de anuncios de publicidad exterior; por ejemplo, mediante carteles, carteleras, tableros, boletines, decoración de vitrinas, diseño de salas de exhibición con fines publicitarios, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros. – Representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios. – Publicidad aérea. – Distribución y entrega de material publicitario o muestras. – Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias, etcétera. – Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición con fines publicitarios. El manejo de campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios, dirigidos a atraer y retener clientes: – Promoción de productos. – Comercialización en puntos de venta. – Publicidad directa vía correo. – Consultoría en comercialización.
4	9004	La creación de contenidos para medios de comunicación audiovisuales, especialmente para el cine, la televisión, la radio, animación digital y videojuegos, entre otros, independientemente del soporte utilizado (film, video, video digital) y del género (ficción, documental, publicidad, entre otros).

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

II. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TABLA 3: DE ANÁLISIS DEL MERCADO – DEMANDA – HISTORICO DE LA ENTIDAD

	Año	No. Contrato	Objeto	Plazo de Ejecución	Valor	Requisitos mínimos exigidos contratista
1	2022	1176	En virtud de la presente orden se servicios el contratista se obliga con la Universidad por sus propios medios y con plena autonomía a realizar el material publicitario de piezas gráficas y/o audiovisuales en medios y/o plataformas virtuales (redes digitales) en el marco de eventos académicos-administrativos y de medidas e impulso misional de los respectivos proyectos curriculares, grupos de investigación y otras dependencias académicas-administrativas adscritas a la Facultad de Ingeniería, que permita la comunicación y presentación de los servicios universitarios al usuario en sus diferentes roles acorde a con los planes estratégicos y directrices institucionales. De acuerdo con la propuesta de servicio presentada por el contratista y que forma parte integral del presente contrato.	8 meses	36.000.000	
2						
3						

Otras Entidades y/o las empresas privadas adquieren este servicio de la siguiente manera como se puede observar en el siguiente cuadro:

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

TABLA 4: DE ANÁLISIS DEL MERCADO – DEMANDA – OTRAS ENTIDADES Y/O EMPRESAS

	Año	No. Contrato	Objeto	Plazo de Ejecución	Valor	Entidad y/o empresa	Buenas practicas a tomar
1	2022	524	Contratar la prestación de servicios de publicidad plan de medios y estrategia digital para la divulgación de las actividades del plan de intervenciones colectivas pic y dar cumplimiento al contrato interadministrativo no. 2503 del 16 de agosto de 2022 suscrito entre la secretaria de salud municipal y la unidad de salud de Ibagué, para el fortalecimiento institucional.	2 meses	\$ 230.000.000	Unidad de Salud de Ibagué USI ESE	
2	2022	CI-STU-0018	Prestación de servicios para la promover el archipiélago como destino turístico por medios nacionales y locales a través de plataformas televisivas y digitales.	1 mes y 24 días	\$ 500.000.000	Gobernación departament o Archipiélagos de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	
3	2022	394	Prestación de servicios apoyo a la gestión de la difusión de pautas publicitarias en programación radial virtual a través de plataformas digitales; acerca de los impuestos y demás pautas que requiera la secretaria de Hacienda del municipio de Chigorodo en Pro del fortalecimiento del ingreso fiscal.	2 meses	\$ 9.924.000	Secretaria de Hacienda del municipio de Chigorodo	

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	 Sistema Integrado de Gestión
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

III. CONDICIONES GENERALES DEL SECTOR

Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022

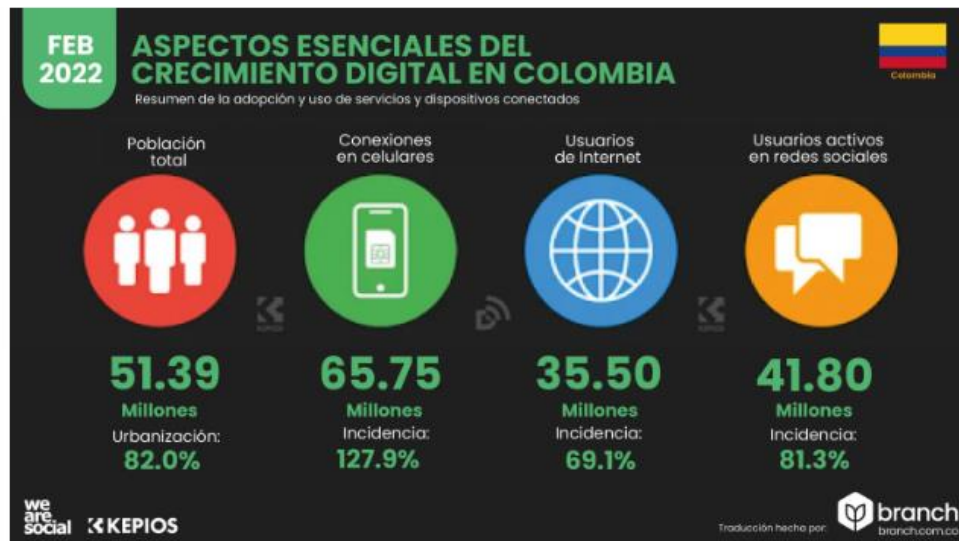
Como todos los años, We are Social en conjunto con diversas empresas de investigación e inteligencia de mercado, publicaron el Digital 2022 Global Overview Report y dentro de él, las **estadísticas de la situación digital de Colombia durante el 2021-2022**

Gracias al Reporte Global Digital, se hace visible el impacto que tienen los dispositivos móviles, las redes sociales, las apps y la publicidad en los usuarios colombianos; siendo una información útil que puedes usar como antecedente en las investigaciones de mercado en tu empresa.

Este es el tercer año consecutivo en el que analizamos los resultados del consumo de plataformas digitales en nuestro país y comparamos los datos con reportes anteriores. Quédate con nosotros y descubre cómo ha evolucionado nuestro comportamiento digital.

Uso del Internet

El estado general del uso de móviles, Internet y redes sociales



En Colombia, la población total está conformada por 51,39 millones de personas, de las cuales el 82% está residenciada en zonas urbanizadas.

En el país, hay 65.75 millones de teléfonos conectados. Si lo comparamos con la población, esto quiere decir que cada colombiano posee, en promedio, 1.2 celulares.

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Por otro lado, el número de usuarios conectados a internet es de 35.50 millones, es decir, el 69.1% de la población total tiene acceso a este servicio.

En cuanto al uso de las redes sociales, Colombia tiene 45.80 millones de usuarios activos, lo cual representa el 81% de la población.

El crecimiento digital: enero 2021 vs 2022



En un año, nuestra población ha crecido +0,63% (325 mil personas) y el número de celulares conectados +7.3%, es decir, actualmente hay en el país 4.4 millones de dispositivos nuevos.

En un año (del 2021 al 2022), el número de usuarios de Internet aumentó en un 2.2%, lo que representa 770 millones de personas. Mientras que, el número de usuarios conectados a redes sociales aumentó en un + 7.2%, es decir, para este año se crearon 2.8 millones perfiles.

Dato curioso: en una década (del 2012 al 2022), la población colombiana ha crecido +12%, es decir, 5.5 millones de personas.

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	 SIGUD Sistema Integrado de Gestión
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

El estado general del uso de redes sociales



El 81% de la población total de Colombia es usuaria activa en redes sociales, es decir, 41.8 millones de personas. En el 2020, este porcentaje era de 69%, por lo que podemos observar un crecimiento de los usuarios en 12 pp.

En promedio, los colombianos pasan 3 horas y 46 minutos al día conectados a las redes sociales, dividiendo su tiempo en 8 redes distintas.

El 52% de los usuarios de redes sociales son mujeres y el 48% son hombres. El 37% de las mujeres y el 35% de los hombres se encuentran entre los 18 y 44 años de edad.

Dato curioso: del 2014 al 2022, la cantidad de usuarios ha crecido 109%

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	 Sistema Integrado de Gestión
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Principales razones para usar redes sociales



Más de 40% de los usuarios colombianos usa las redes sociales para mantenerse en contacto con amigos y familiares, leer nuevas historias y encontrar contenido. Compartir opiniones y seguir celebridades e influenciadores fueron las razones menos seleccionadas.

Entre los contenidos en video que los usuarios de Internet, entre los 16 a 64 años de edad, consumen más mensualmente, se encuentran los vídeos (96%), los videos musicales (68%), los videos de comida o virales (50%) y los tutoriales sobre cómo realizar una actividad (37%)

Por su parte, los contenidos en audio más escuchados por los colombianos son: música en plataformas de streaming (34%), radio (24%), podcast (21%) y audiolibros (18%)

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	 SIGUD Sistema Integrado de Gestión
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	



Entre las apps más usadas en Colombia son redes sociales y de mensajería instantánea, entre ellas destacan: WhatsApp, Facebook, Messenger, Instagram, Telegram y Mercado libre.

<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>

El informe AGENCY SCOPE en Colombia 2022/2023 analiza las tendencias de la industria de la comunicación del país latinoamericano, destaca un aumento en el porcentaje de presupuesto destinado al área Digital, que alcanza el 37,5%. Colombia es el séptimo mercado, de los once donde se realiza el AGENCY SCOPE, con mayor presupuesto de marketing-comunicación-publicidad destinado a Digital. China es la líder del ranking con un 50,1%.

Esta 5ta del Estudio Bianual de Agency Scope en Colombia, resume las tendencias de marketing y comunicación del país. Para ello se ha entrevistado a un total de 830 profesionales, entre los meses de marzo y mayo de 2022. Entre los responsables de marketing entrevistados hay más mujeres (59%), con una edad media de 39 años y llevan más de seis años trabajando en su empresa. La mitad de los entrevistados trabajan en multinacionales extranjeras, sobre todo en el sector de gran consumo (41%).

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Estas son las tendencias:

La ratio de inversión en marketing-comunicación-publicidad de las compañías anunciantes, en Colombia (vs. su facturación) es, en esta edición, de un 2,9%. Aunque, en esta ocasión, es inferior a la declarada en 2020 (3,6%), desde 2014, se observa cómo ha ido fluctuando, debido a aumentos y disminuciones en el nivel de facturación, y no tanto en el presupuesto declarado. Con la excepción de India y Sudáfrica, donde la ratio supera el 4%, el nivel medio de los otros nueve mercados analizados es del 2,6%.

El porcentaje de presupuesto que, en Colombia, se destina al área Digital continúa subiendo y, este año, alcanza el 37,5% (34,7% en 2020). Una cifra que se ha más que duplicado en los últimos ocho años. Colombia es el séptimo mercado, de los once donde se realiza el AGENCY SCOPE, con mayor presupuesto de marketing-comunicación-publicidad destinado a Digital. China lidera este ranking con un 50,1%. Al resto de áreas (ATL y BTL), los marketers colombianos destinan un 39,6% y 22,9% respectivamente.

De entre las distintas disciplinas digitales, la que más presupuesto se lleva es Medios Pagados Digitales (24,9%), seguida de Social Media e Influencers (24,3%) y Buscadores -SEO/SEM-(15,5%).

La duración de la relación entre los anunciantes y sus agencias aumenta. La duración media de la relación anunciante-agencia creativa en Colombia es de 5 años cuando en la anterior edición era de 4,3 años. Se observan, sin embargo, algunas diferencias significativas en la duración de las relaciones, dependiendo del tamaño de las empresas a las que se da servicio y del tipo de agencia del que hablemos. Así, las agencias independientes y empresas pequeñas presentan una duración media menor (3,6 años) y entre las agencias de grupo y las empresas medianas, la duración es mayor (7 años).

Si comparamos estos datos con los obtenidos en otros mercados donde se realiza el estudio, la media global se sitúa en 4,5 años. China es el país donde las relaciones son más cortas (3,1 años) y Portugal es el único mercado que supera los 6 años.

El 80% de los anunciantes colombianos trabajan con sus agencias creativas de forma continua. En Colombia, ocho de cada diez anunciantes trabajan con sus agencias de forma continua y dos lo hacen por proyectos. Las agencias de grupo y las empresas anunciantes de tamaño mediano son las que declaran mayores porcentajes de relaciones continuas.

La licitación sigue siendo el método de selección de agencia más utilizado por los anunciantes (75,4% de los casos).

Aumenta la percepción de contribución de las agencias al crecimiento del negocio de sus clientes. Los directores de marketing colombianos consideran que las agencias creativas con las que trabajan

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

contribuyen en un 31,4% al crecimiento de su negocio (27,2% en 2020). En el caso de las agencias de medios, este porcentaje sería de 28,9% (28% en 2020).

Elevado nivel de satisfacción y baja predisposición al cambio. Los niveles de satisfacción de los anunciantes colombianos con las agencias con las que trabajan son elevados, tanto con agencias creativas como con las de medios (83,9% y 86,3% respectivamente), y por encima de los niveles registrados en 2020.

Por su parte, los seguidores de las plataformas digitales han venido creciendo constantemente, se han registrado en las redes sociales más afines a los contenidos audiovisuales importantes cifras: En 2020 YouTube registró un crecimiento del 98% en reproducciones y 40% de seguidores en Instagram; por su parte en 2021 registro en seguidores de YouTube un crecimiento del 69.78% e Instagram del 14%, en del 2022 ha sido hasta la fecha del 13,23 y 1,69% respectivamente. En total, las reproducciones digitales en 2022 han alcanzado cifras récord en la historia de Capital (hasta 9,5 millones en un solo mes).

Información del informe de: <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/latinoamerica/tendencias-marketing-comunicacion-colombia>

6. PRESUPUESTO OFICIAL ESTIMADO

6.1. Valor total estimado según estudio de mercado: TREINTA Y SIETE MILLONES OCHENTA MIL PESOS MCTE \$ 37.080.000

6.2. Valor establecido en el Plan Anual de Adquisiciones: TREINTA Y SIETE MILLONES OCHENTA MIL PESOS MCTE \$ 37.080.000

7. MARCO LEGAL

7.1. Norma(s) General(es):

Acuerdo 03 del 11 de marzo de 2015 del Consejo Superior Universitario “Por medio del cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas”.

Resolución 262 del 2 de junio de 2015 "Por medio de la cual se reglamenta el Acuerdo 03 de 2015, Estatuto de Contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y se dictan otras disposiciones".

Resolución de Rectoría No. 629 del 17 de noviembre 2016 “Manual de Supervisión e interventoría de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas”.

Resolución 683 del 9 de diciembre de 2016 “Por la cual se crea y reglamenta el banco de proveedores en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas”. Resolución No. 593 del 20 de

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

noviembre 2015. “Por medio de la cual se adopta el procedimiento para efectuar procesos de contratación Directa”.

7.2. Norma(s) Específica(s):

Resolución 029 del 17 de enero de 2022 “Por medio de la cual se aprueba el Plan Anual de Adquisiciones”.

Resolución 202 del 6 de mayo de 2022 “Por el cual se modifica el Plan Anual de Adquisiciones de la vigencia 2022”.

8. TIPO DE CONTRATO

8.1. El contrato a celebrar con el oferente ganador del proceso de selección será de: Orden de Servicio – Contratación Directa

9. SUPERVISOR DEL CONTRATO

El supervisor del contrato será: Luz Esperanza Bohórquez Arévalo

Cargo: Decana Facultad de Ingeniería

Teléfono 3239300 Ext: 1462

Correo electrónico: decano_ing@udistrital.edu.co

Contacto: Yury Liliana Torres Vargas

Teléfono del contacto: 3005330376

Correo electrónico del contacto: proyectos.especiales1@udistrital.edu.co

10. TIPOS DE OFERTAS (marque con X en “Selección” las ofertas que podrían ser):

Tipo	Descripción	Selección
Totales	Propuestas totales, en las que se involucran todos los elementos a contratar y se evidencia con un solo precio ofertado (incluido IVA)	X
Parciales	En las que se involucran algunos elementos de la totalidad requerida y se admite que los oferentes puedan ofertar solo algunos elementos con una oferta de precio parcial (el IVA se puede discriminar o incluir en el precio ofertado). Recuerde que si se aceptan las ofertas parciales, se pueden efectuar adjudicaciones parciales.	
Por Soluciones Integrales	Debe involucrar la totalidad de los elementos que se necesitan y se incluyen en ella	

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Por precios unitarios	La adjudicación sería parcial dado que se adjudicaría cada uno de los ítems solicitados, a los oferentes que realicen la mejor oferta que normalmente es el menor precio	
Otra	Describala:	

11. PLAZO DEL CONTRATO:

El tiempo para realizar la actividad contratada:	Meses	1	Días	
El tiempo para liquidar el contrato:	Meses		Días	
TOTAL	Meses	1	Días	

12. VALOR Y FORMA DE PAGO (marque con X en “Selección” la forma de pago del contrato)

Forma de Pago del Contrato	Selección
Total , contra entrega de los bienes o servicios contratados	x
Parcial, a medida que el proveedor entregue los bienes y servicios contratados	

12.1. Reglamento para su desembolso y manejo :

El valor del contrato se pagará así: Pago total contra entrega a satisfacción del servicio y entregables correspondientes aprobados por el supervisor del contrato, a pagarse en un plazo de 30 días calendario contados a partir de la radicación de la correspondiente factura/cuenta de cobro, acompañados de los soportes correspondientes. El contratista asumirá todos los impuestos tasas o similares, que se deriven de la ejecución del mismo, de conformidad con las normas vigentes en la materia.

Serán por cuenta del CONTRATISTA todos los gastos, impuestos, tasas y contribuciones derivados de la celebración, ejecución y liquidación del contrato, así como el valor de la prima de la garantía única y sus modificaciones.

ESTAMPILLA UDFJC, PRO CULTURA Y ADULTO MAYOR

- De conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo 696 de diciembre 28 de 2017, del valor bruto del contrato y de sus adicionales, si las hubiere, se retendrá el 1.1 % por concepto de la estampilla Universidad Distrital Francisco José de Caldas 50 años.
- De conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo 187 del 20 de diciembre de 2005 del Concejo de Bogotá, D.C., del valor bruto del contrato y de sus adicionales, si las hubiere, se retendrá el 0,5% por concepto de la Estampilla Pro-Cultura.

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

- De conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo 645 de junio 9 de 2016 del Concejo de Bogotá D.C., del valor bruto del contrato y de sus adicionales, si las hubiere, se retendrá el 2% por concepto de la Estampilla Adulto Mayor.

Nota: el anticipo puede ser utilizado según el caso específico y se puede combinar con la forma de pago.

13. GARANTÍAS Y AMPAROS EXIGIBLES (marque con X en “Selección” las garantías y amparos exigibles)

Garantías y Amparos Exigibles	Selección
Póliza de Cumplimiento	x
Póliza de Calidad	
Pago de Salarios y Prestaciones Sociales	
Responsabilidad Civil frente a terceros	

13.1. Justificación de las garantías y amparos exigibles:

GARANTIA ÚNICA

El contratista deberá constituir una garantía única para avalar el cumplimiento de las obligaciones surgida del contrato, consistente en una póliza de Cumplimiento ante Entidades Públicas con Régimen Privado de Contratación, con los siguientes amparos:}

De cumplimiento del contrato. Por un valor equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, con vigencia por el plazo de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más. En todo caso, deberá estar vigente hasta su finalización. Al valor de esta garantía se imputará el valor de las multas y la cláusula penal, y se repondrá si por este motivo se disminuya o agote. El garante podrá subrogarse en las obligaciones del contratista para con la Universidad.

Será a cargo del contratista el pago oportuno de todas las primas y erogaciones, de constitución y mantenimiento de la garantía. En caso de que haya necesidad de adicionar, prorrogar o suspender la ejecución del contrato, o en cualquier otro evento similar, el contratista se obliga a modificar la garantía única de acuerdo con las normas legales vigentes.

NOTA: La póliza aquí estipulada será la denominada en el mercado asegurador Póliza de Cumplimiento ante Entidades Públicas con Régimen Privado de Contratación y deberá ser aprobada por la UNIVERSIDAD.

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

14. REQUISITOS PARA EVALUAR Y COMPARAR PROPUESTAS (marque con X en “Selección” los requisitos para evaluar y comparar propuestas y exponga con el profesional a cargo del proceso)

Aspectos a Evaluar	Calificación	Selección
Estudio Jurídico	Admisible / No admisible	
Estudio Financiero	Admisible / No admisible	
Estudio Técnico	Admisible / No admisible	x
Con puntaje por experiencia general	Puntaje	x
Con puntaje por experiencia específica	Puntaje	
Con puntaje por mayor tiempo de garantía ofrecida	Puntaje	
Precio	A menor precio por ítem (con o sin intervalo de aceptación)	
Precio	A menor precio total (todos los ítems) con o sin intervalo de aceptación	
Precio	A menor precio por solución integral (con o sin intervalo de aceptación)	x
Precio	Con utilización de media geométrica (adjudicación al que esté más cerca de la media geométrica)	
Precio	Con utilización de media aritmética (adjudicación al que esté más cerca de la media geométrica)	
Otras formas de evaluar	Señale cuales:	

15. DOCUMENTOS TÉCNICOS PROPUESTOS

Certificaciones Contractuales (marque con X en “Selección” la forma propuesta)		Selección
Tipo de experiencia a solicitar	General	x
	Específica	
Número máximo de certificaciones a solicitar para experiencia general:		1
Número máximo de certificaciones a solicitar para experiencia específica:		

Capacidad de Contratación		Valor
K de contratación general mínimo requerido para el proceso de selección:	SMMLV	
K de contratación residual mínimo requerido para el proceso de selección:	SMMLV	

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

Marcas (marque con X en “Selección” la marca)	Selección
Por razones de compatibilidad de bienes y servicios anteriormente comprados para evitar malos funcionamientos	
Por razones de hacer efectiva una garantía, se deba contratar con la marca inicialmente adquirida	
Se presenta la posibilidad de obtener un producto que tenga iguales características técnicas en marcas diferentes. En este caso se deben relacionar un mínimo de marcas con características similares	
Otras Razones. Establezca:	

Nota: si no tiene alguna de las anteriores, no señale.

16. LISTADO DE GENERAL DE ELEMENTOS REQUERIDOS –FICHA TÉCNICA–

Nombre del Elemento	Unidad de Medida	Cantidad	Especificación técnica y Actividades a realizar	Valor Unitario	IVA	Valor Total IVA incluido

Nota: La valores deberán ajustarse de acuerdo a la necesidad a contratar.

17. OTROS

17.1. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

Para dar cumplimiento al objeto del contrato, el contratista deberá cumplir con las siguientes obligaciones:

- Realizar la ordenación y financiación de la pauta digital
- Garantizar el Plan de medios digitales (medios en donde implementar, alcance impresiones-clics prospectados en campaña)
- Elaborar el cuadro de materiales para la elaboración de piezas
- Realizar la asesoría gráfica y contextual de anuncios
- Implementar la pauta en las herramientas propuestas en el plan de medios.
- Presentar informes semanales de rendimiento.
- Realizar una reunión semanal para entrega de informe.
- Tener un Equipo necesario:
Buyer para la ejecución del contrato.
Analista de datos
Herramientas: Dashboard online de seguimiento de pauta
- Elaborar un cronograma para el desarrollo de las actividades objeto del contrato.

	ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS	Código: GC-PR-003-FR-008	
	Macroproceso: Gestión de Recursos	Versión: 06	
	Proceso: Gestión Contractual	Fecha de Aprobación: 05/03/2020	

- Mantener los precios ofertados durante el término del contrato.
- Atender las consultas o sugerencias del supervisor del contrato.
- Presentar las respectivas facturas correspondientes según forma de pago.
- Las demás que contribuyan a garantizar el cabal cumplimiento del contrato y las que por su naturaleza le sean atribuibles conforme al objeto y alcance del mismo.

17.2. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

- a) Pagar el valor del contrato en los términos estipulados.
- b) Adelantar las acciones necesarias para la eficiente ejecución del contrato.
- c) Mantener comunicación constante con el contratista.


LUZ ESPERANZA BOHÓRQUEZ AREVALO
 Decana Facultad de Ingeniería

	NOMBRE	CARGO	FIRMA	FECHA
Responsable de la elaboración técnica	Yury Liliana Torres Vargas	Profesional Esp CPS		3/11/2022
Responsable de la elaboración jurídica				
Revisó	Yury Liliana Torres Vargas	Profesional Esp CPS		3/11/2022
Aprobó	Luz Esperanza Bohórquez	Decana Facultad de Ingeniería		3/11/2022

Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el presente documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales y/o técnicas aplicables y vigentes, y por tanto bajo nuestra responsabilidad, lo presentamos para la firma.

Nota: Resolución No. 262 de 2015 Artículo 9. Los estudios previos estarán a cargo del Jefe de la Dependencia en donde se haya identificado la necesidad, quien luego lo remitirá al ordenador del gasto para su aprobación y solicitud de Certificado de Disponibilidad Presupuestal.