

 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	

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

Dependencia Solicitante: SECCIÓN DE PUBLICACIONES UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS.

Rubro: 3-01-002-02-02-08-0003-64
Otros servicios de publicidad

Fecha: 21 de noviembre de 2022

Funcionario responsable del proceso en la dependencia: Jefe Sección de Publicaciones

1. DEFINICIÓN DE LA NECESIDAD (OBJETO DEL CONTRATO)

Servicio de impresión directa de material publicitario para el posicionamiento de la imagen institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en el marco de eventos en los haya lugar la participación de la Sección de Publicaciones y el CERI.

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROCESO DE SELECCIÓN

la Sección de Publicaciones de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en el marco del acuerdo 09 del 17 de mayo del 2018 - Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Desarrollo 2018 - 2030 de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en su lineamiento número 35 y con el fin de dar cumplimiento a la estrategia 5.2 del Plan Indicativo, en el desarrollo de las metas 1 del Plan de Acción fijado para la vigencia 2022 y en concordancia con la política editorial consignada en el acuerdo 002/2002 del Consejo Académico, trabaja para que la publicación y la divulgación de la producción científica y académica de los integrantes de la comunidad universitaria, sea uno de los medios más significativos para alcanzar los objetivos de la misión institucional y la consolidación de la acción universitaria como un foro permanente para la reflexión y espacio para la formulación y realización de propuestas para un posicionamiento en el contexto local, regional, nacional e internacional. Así mismo, El Centro de Relaciones Interinstitucionales acorde a las metas previstas en el plan estratégico de desarrollo institucional 2018-2030 y a su plan de acción para la vigencia 2022, contempla el desarrollo de procesos de socialización de las acciones de interinstitucionalización e internacionalización a su cargo,, por medio de la organización de eventos académicos que permitan el fortalecimiento de este proceso, así como hacer visible a la institución a nivel nacional e internacional .

 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	

Por lo anterior, se hace necesario el fortalecimiento de los medios y unificación de procesos que permitan el desarrollo de los objetivos propuestos, se quiere el servicio de impresión directa de material publicitario para el posicionamiento de la imagen institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en el marco de eventos en los haya lugar la participación de la Sección de Publicaciones y el CERI, generando así la divulgación y visibilización de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas a nivel distrital y nacional.

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
Servicio de impresión directa de material publicitario para el posicionamiento de la imagen institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en el marco de eventos en los haya lugar la participación de la Sección de Publicaciones y el CERI.		X			

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

4.1. Riesgos previsible con cargo al oferente ganador:

- La mala calidad de los productos.
- El incumplimiento de lo establecido en los estudios previos, en la propuesta de servicios presentada, en los posibles OTROSIES, que de común acuerdo se pacten con la Universidad Distrital, así como en el respectivo contrato.
- Falsedad en los documentos allegados por el contratista.
- Atrasos y sobrecostos en la entrega de productos o mala planificación del ofertante ganador respecto del control de inventarios, impactando el costeo de los productos.

4.2. Riesgos imprevisibles:

- Terremotos, guerras, cambios legislativos

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

- El incumplimiento de sus obligaciones de supervisión.

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

- La no comunicación permanente por parte del supervisor de contrato con el contratista, que ocasione demoras y tropiezos en el desarrollo del contrato que se firmare.

4.4. Otros riesgos que se consideran:

No aplica

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

La Universidad Distrital Francisco José de Caldas, requiere se adelante el proceso de contratación y está interesada en recibir propuestas para “Servicio de impresión directa de material publicitario para el posicionamiento de la imagen institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en el marco de eventos en los haya lugar la participación de la Sección de Publicaciones y el CERI.”

Dando cumplimiento a la Resolución 262 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" título II Artículo 9 Estudios Previos y Artículo 11 Otros documentos necesarios para la contratación en esta etapa.

Actividades CIU-CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME:

- 7310: Publicidad.

Actividades con código Clasificador de Bienes y Servicios de Naciones Unidas (UNSPSC):

- 82100000 : Publicidad

I. ANÁLISIS DE LA OFERTA

TABLA 2: DE ANÁLISIS DEL MERCADO – OFERTA

	Nombre de la empresa cotizante	Condiciones ofrecidas	Objeto	Valor Ofrecido
1	Propuesta 1.	<ul style="list-style-type: none"> ● 5000 Pines de solapa redondo 20 mm Dorado, Fijación Puntilla y Mariposa, marcado full color resinado, con estuche de lujo. ● 100 Agendas en doble-O anillo 11mm color negro, incorporando taco de media 	Servicio de impresión directa de material publicitario para el posicionamiento de la imagen institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en el marco de eventos en los	\$32.476.647

	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	

	<p>carta 80 hojas, tapas acartonadas forradas full color laminado, perforacion y refilacion.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 200 Libretas doble argolla 80 hojas, Cubierta en polipropileno. No incluye bolígrafo. Medidas: 12.7 cm x 17.5 cm Marca: 4 cm / Tampografía a una tinta en la tapa superior. ● 350 Bolígrafos plástico color negro con sistema de apertura retráctil. <p>MATERIAL: ABS. MEDIDAS: 13,8 cm de largo. ÁREA DE IMPRESIÓN TAMPOGRAFÍA color blanco APROXIMADA: 4 x 0,6 cm. logo institucional.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 350 Bolsas sencillas en cambrel color Negro. Medidas: ancho 37.5 cm x largo 40 cm Marca: 10 cm / marca en Screen blanco logo institucional. ● 200 Pines de solapa redondo 25 mm aprox, Fijación Puntilla y Mariposa, marcado full color resinado. ● 270 Tulas en poliéster color vino tinto, con cordon negro 34 x 44 cm. <p>ÁREA DE IMPRESIÓN APROXIMADA: 23 x 27 cm. Marcadas.</p>	<p>haya lugar la participación de la Sección de Publicaciones y el CERI.</p>	
2	<ul style="list-style-type: none"> ● 5000 Pines de solapa redondo 20 mm Dorado, Fijación Puntilla y Mariposa, con estuche en cartón. 		\$32.428.814

	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	

	<ul style="list-style-type: none"> ● 100 Agendas de media carta con refiles, doble-O de 12mm. tapas en cartón portada full color , 80 hojas. ● 200 Libretas doble argolla 80 hojas, Cubierta en polipropileno. No incluye bolígrafo. Medidas: 12.7 cm x 17.5 cm Marca: 4 cm / Tampografía a una tinta en la tapa superior. ● 350 Bolígrafos plástico color negro con sistema de apertura retráctil. Material: ABS. Medidas: 13,8 cm de largo. Área De Impresión Tampografía color blanco Aproximada: 4 x 0,6 cm. logo institucional. ● 350 Bolsas sencillas en cambrel. Medidas: ancho 37.5 cm x largo 40 cm Marca: 10 cml. ● 200 Pines de solapa redondo 25 mm, Policromia, resinado. ● 270 Tulas en poliéster color vino tinto, con cordon negro 34 x 44 cm. <p>ÁREA DE IMPRESIÓN APROXIMADA: 23 x 27 cm. Screen 1 logo una tinta.</p>		
3	<p>Propuesta 3.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 5000 Pines de Solapa Redondo 20mm Borde Dorado Marcacion: 17mm. ● 100 Agendas 		\$32.415.054

	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	

	media carta doble_OO de 11mm, 80 hojas, tapas a full color. <ul style="list-style-type: none"> ● 200 Libretas doble argolla 80 hojas, Cubierta en polipropileno. No incluye bolígrafo. Medidas: 12.7 cm x 17.5 cm Marca: 4 cm. ● 350 Bolígrafos plásticos color negro con sistema de apertura retráctil. MATERIAL: ABS. ● 350 Bolsas sencillas en cambrell. ● 200 Pines de solapa redondo 25 mm, resinado. ● 270 Tulas en poliéster color vino tinto, con cordon negro 34 x 44 cm.s. 		
VALOR PROMEDIO			\$32.440.172

II. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La Universidad Distrital tiene experiencia de varios años en la participación de Eventos a realizarse como lo es la Feria Internacional del Libro de Bogotá y Expociencia-Expotecnología, donde antes de pandemia, se contaba con la participación anual por parte de la Universidad y por supuesto la experiencia en la contratación para el servicio de impresión directa de material publicitario para el posicionamiento de la imagen institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

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	CPS N°1049	Servicio de impresión directa de material publicitario para la divulgación y visibilización de la producción editorial académica y científica de la Universidad Distrital en el marco de la feria internacional del libro 2022.	Dos (2) meses	\$7.687.400	<ul style="list-style-type: none"> ● legalmente constituida. ● Actividad económica correspondiente con el objeto a contratar.

 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	

2	2019	Orden de compra No 1125	Compra de material POP (Mugs, gorras, esferos, bolsas) con el fin de visibilizar y promover la divulgación de la producción editorial académica y científica de la Universidad Distrital, así como posicionar la imagen legalmente constituida. Actividad económica correspondiente con el objeto a contratar. Orden de institucional en el marco de Feria Internacional del Libro de Bogotá 2019	Dos (2) meses	\$ 9.998.988	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa legalmente constituida. • Actividad económica correspondiente con el objeto a contratar.
3	2018	Orden de compra No 991	Compra de material POP para la Feria del Libro FILBO 2018.	Dos (2) meses	\$7.990.284	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa legalmente constituida. Actividad económica correspondiente con el objeto a contratar

III. CONDICIONES GENERALES DEL SECTOR

De acuerdo con la necesidad expuesta se identifica que el sector que puede satisfacerla corresponde al de publicidad toda vez que este comprende la creación de campañas de publicidad y la inserción de anuncios publicitarios en revistas, periódicos, programas de radio y televisión u otros medios de difusión.

Este sector incluye:

- 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 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, 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.

	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	

- Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias.
- Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición.
- El manejo de campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios, dirigidos a la atracción y retención de clientes:
 - Promoción de productos.
 - Comercialización en puntos de venta.
 - Publicidad directa vía correo.
 - Consultoría en comercialización.

Clasificación de Actividades del Sector

Conforme la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), adaptada para Colombia y publicada por el DANE, la cual corresponde a la división 73 publicidad y estudios de mercado de la sección M actividades profesionales, científicas y técnicas. De otra parte, en el Clasificador de Bienes y Servicios de UNSPSC (The United Nations Standard Products and Services Code), que es utilizado como herramienta para consultar el código del bien o servicio que los proponentes ofrecen a las entidades del Estado en procesos de compra y contratación pública y que son consultados a través de la plataforma SECOP, corresponde al código 82100000-Publicidad.

ASPECTO ECONÓMICO

Según lo publicado por la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias, la publicidad y en general, la comunicación publicitaria, es esencial en el desarrollo económico y social de un país porque:

- Es instrumento para el crecimiento del sector productivo, la competitividad y la innovación.
- Permite el ejercicio de la libertad del consumidor para seleccionar de manera informada sus bienes y servicios de preferencia.
- Genera recursos para hacer sostenibles actividades y servicios de gran impacto en una sociedad como los medios de comunicación y las actividades culturales.
- Incide en la formación de valores, conservación de costumbres y difusión de iniciativas sociales.
- Es fuente de talento innovador y creativo para un país.
- Aporta al PIB de manera significativa.

El diario El Espectador en una publicación de agosto de 2020 indicó que un estudio dado a conocer por Kantar Ibope Media informa que los colombianos, al principio del aislamiento, querían estar informados. Hoy en día prefieren el entretenimiento y por eso acuden a la televisión internacional, según la encuesta;

El 66% de los encuestados dijo que vio más videos en línea (gratis)

El 75.8% utilizó plataformas de videollamadas

 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 71.1% vio más videos y TV en línea (pagos)

El 46.2% aumentó el consumo de televisión por cable

El 39.2% aumentó el consumo de televisión abierta.

“La pandemia ha generado un mayor consumo de medios digitales, como TV en línea, VOD, transmisión de radio, redes sociales y podcasts. El Special Pandemic TGI muestra que el 72% de las personas han podido adoptar mejor la tecnología en sus vidas”, explica Carolina Ibargüen, managing director de Kantar Ibope Media en Colombia.

Todo el entorno digital está cambiando radicalmente, desde las noticias, el entretenimiento y el comercio digital están sufriendo fuertes cambios que indican que las interacciones entre consumidores y el entorno digital están siendo modificados por distintos motivos. La estructura misma de los negocios, tanto físicos como digitales cambiará radicalmente de aquí a algunos meses, y el motivo principal de la aceleración de la digitalización mundial es el propio coronavirus, que forzó a los negocios a reinventarse y a modificar sus mecanismos de venta, que venían basándose en el tradicional modelo de la tienda física.

A través del portal especializado en análisis de sectores de la economía colombiana www.sectorial.co, en su publicación de agosto de 2020 manifiesta que la coyuntura que atraviesa el país a raíz de las medidas para contener la expansión del coronavirus, que incluyen fuertes restricciones a la movilidad y que han derivado en afectaciones para diferentes sectores de la economía, han golpeado de manera especial al sector de publicidad exterior, pues muchas empresas han decidido recortar drásticamente o incluso suspender su gasto en este rubro, disminuyendo la facturación del sector en un 90% a la fecha, con un cierre proyectado para 2020 de \$100.000 millones de pesos, después de haber facturado \$209.000 millones en 2019.

Estos análisis se realizan posterior a lo indicado en julio de 2020, en el que este mismo portal publica que una de las industrias que ha sufrido efectos contrapuestos durante la pandemia es la de publicidad en el segmento digital, pues si bien el confinamiento ha disminuido la inversión en publicidad física y eventos, el cambio en los hábitos de consumo de medios ha potencializado la publicidad digital, que según el más reciente reporte de eMarketer, en el segundo trimestre creció 11.2% en Colombia, posicionándolo como líder en América Latina; según People Media, una empresa especializada en conectar marcas con personas a través de publicidad digital, los mayores crecimiento se han presentado en los sectores de telecomunicaciones, finanzas, comercio, autos y bebidas.

En conversación con el diario El Nuevo Siglo, Tatiana González, CEO de People Media, aseguró que este crecimiento refleja que las marcas están respondiendo a los cambios en los hábitos de los consumidores, con el fin de aumentar la efectividad de su pauta; asegura también que existen comportamientos disimiles entre las compañías, pues también se evidencia que ante la incertidumbre algunas han optado por mantener campañas austeras, mientras que otras han aprovechado la coyuntura para lanzar campañas agresivas para aumentar su alcance y visibilidad.

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

Para analizar el sector de la publicidad en el crecimiento económico de un país se debe tener en cuenta lo expuesto por la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia - ANDA en donde el análisis de los datos estadísticos de los principales países industrializados se desprende que la inversión en publicidad tiene un efecto positivo sobre el crecimiento económico por medio de cuatro mecanismos: la publicidad estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, a su vez, el dinamismo inherente en el sector de la publicidad impulsa el índice del crecimiento promedio del PIB.

Una empresa, mientras más disemine información sobre sus productos, tendrá más esperanza de venderlos. Mediante la implementación de niveles mayores o menores de publicidad, la empresa logra una expectativa, mayor o menor, de su perspectiva de ventas en el futuro. En consecuencia, mientras que los contadores siempre las clasifican como gastos, las sumas dedicadas a la publicidad pueden ser consideradas una inversión, específica e intangible. Porque en verdad, los gastos en publicidad permiten a una empresa adquirir un bien que, de otra manera, sería muy difícil de obtener: “capital simbólico”, un valor intangible basado en su reputación y la imagen que haya adquirido.

En la economía actual, en la que las empresas se encuentran involucradas en una competencia global y en una búsqueda de rendimientos cada vez más altos (mientras más crece la producción, más se reducen los costos por unidad), se hace necesaria la inversión en publicidad por parte de las empresas para ganar o defender su porción del mercado. Mientras más “capital simbólico” posea una empresa, mejores han de ser las opciones de que sus esfuerzos sean coronados por el éxito. Esta aseveración se encuentra corroborada por el valor que se concede hoy en día a las marcas de fábricas de prestigio y el cuidado que se tiene con el fin de preservarlas.

La publicidad facilita la aparición y difusión de nuevos estándares de consumo al afectar la percepción que los consumidores tienen sobre la utilidad, calidad y ventajas de un producto. Este impacto suministra su propia productividad por encima y más allá de las funciones clásicas de la inversión tradicional.

Estas características específicas de la inversión en publicidad también explican, a pesar del gran progreso realizado en años recientes, la razón por la cual es difícil cuantificar con exactitud su efectividad, de antemano. Para una empresa, el tener una expectativa de ventas en el futuro no es lo mismo que tener la certeza de vender más productos. Esto es solamente una probabilidad. En algunos casos, el incremento de volúmenes no se equipará con el nivel acordado de inversión en publicidad.

Es precisamente porque la publicidad es una inversión inherentemente productiva, que es posible estudiar la forma como impacta sobre el crecimiento económico. Y son cuatro sus “palancas” como los factores que estimulan dicho crecimiento:

1. Consumo
2. Innovación

	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	

3. Competencia
4. El financiamiento de sectores económicos dinámicos asociados con la publicidad: actividades de publicidad en el sentido estricto de la palabra, pero también medios de apoyo y proveedores de servicios de medios tradicionales y no tradicionales, etc. (Maximilien Nayaradou, Unión Francesa de Anunciantes)

GREMIOS Y ASOCIACIONES QUE PARTICIPAN EN EL SECTOR

La Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP) es la Asociación Gremial Nacional del Sector Publicitario en Colombia, afilia a personas jurídicas que realizan actividades propias del sector de las comunicaciones, siempre que participen en la estrategia del cliente. Sus afiliados son empresas de servicios publicitarios como Agencias Creativas, de Medios, BTL6 , Digitales, que participen en la estrategia de los clientes, entre ellos están:

- Big Fish Living Ideas
- Beat Agencias BTL
- Geometry
- Grey Colombia
- Leo Burnett Open Hub
- McCann World Group
- MullenLowe SSP3
- Publicitaria S.A.
- Sancho BBDO
- UM Colombia
- Wavemaker media, content, technology.

El sector maneja **Asociaciones internacionales** como son:

Cámara de Comercio Internacional ICC - www.iccwbo.org

Alianza Europea de Estándares de Autorregulación Publicitaria – EASA www.easa-alliance.org

American Association of Advertising Agencies – AAAA www.aaaa.org

International Trademark Association - INTA www.inta.org

Federación Mundial de Anunciantes - WFA www.wfanet.org

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI www.wipo.int/portal/es/

Interactive Advertising Bureau (IAB) www.iab.com

Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (FEDE) <https://www.lafede.es/>

Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual – ASIPI www.asipi.org

Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor – ODAI www.odai.org

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura – OEI www.oei.es

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO www.unesco.int

Gremios Nacionales Asociación Colombiana de la Industria Gráfica – ANDIGRAF www.andigraf.com.co

 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	

Asociación Nacional de Anunciantes – ANDA www.andacol.com
Asociación Nacional de Medios de Comunicación - ASOMEDIOS www.asomEDIOS.com
Asociación Colombiana de Medios de Información – AMI www.ami.org.co
Interactive Advertising Bureau - IAB Colombia www.iabcolombia.com
Asociación de Diarios Colombianos - <http://www.andiarios.com/>
Cluster de Industrias Creativas y de Contenidos - <http://creativasycontenidos.clusterbogota.com/Page/Inicio>
Comisión de Regulación de Comunicaciones - <http://www.crcom.gov.co>
Congreso Colombiano de Publicidad - <http://www.congresodepublicidad.com/>

El sector también cuenta con un grupo denominado Mediabrands dirigido por la comunidad, dirigido por el cliente y dirigido por consultoría de 13.000 especialistas en medios y marketing en más de 130 países, el cual tiene como recurso centralizado a MAGNA que proporciona inversión estratégica e inteligencia de medios para equipos de agencias y clientes. Utilizan investigación, pronósticos y relaciones estratégicas para brindar a los clientes una ventaja competitiva en el mercado. MAGNA ha establecido el estándar de la industria durante más de 60 años al predecir el futuro del valor de los medios. Publica más de 40 informes anuales sobre las tendencias de la audiencia, el gasto en medios y la demanda del mercado, así como la eficacia de los anuncios.

6. PRESUPUESTO OFICIAL ESTIMADO

Valor total estimado según estudio de mercado: Tras el análisis realizado se encuentra que en promedio es de \$32.440.172 para los productos requeridos. El presupuesto disponible para tal fin en el Plan anual de Adquisiciones corresponde a \$32.900.000 por lo que se solicitará el contrato con este último valor, dicho valor debe incluir todos los impuestos legales vigentes y que no se podrán hacer adiciones presupuestales para cubrir el pago de estos.

6.1. Valor establecido en el Plan Anual de Adquisiciones: Treinta y dos millones novecientos mil pesos (\$32.900.000.00) IVA incluido.

7. MARCO LEGAL

- Acuerdo Consejo Superior Universitario 003 de 2015, “por el cual se expide el Estatuto de Contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas”
- Resolución de Rectoría 262 de 2015, “por medio de la cual se reglamenta el Acuerdo 003 de 2015, Estatuto de Contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.”

8. TIPO DE CONTRATO

8.1. El contrato a celebrar con el oferente ganador del proceso de selección será de:
Orden de servicios

	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	

9. SUPERVISOR DEL CONTRATO

El supervisor del contrato será: Rubén Eliecer Carvajalino Carvajalino

Cargo: Jefe Sección de Publicaciones

Teléfono 3239300 Ext 6200

Correo electrónico: publicaciones@udistrital.edu.co

Contacto: Rubén E. Carvajalino Carvajalino

Teléfono del contacto: 3239300 ext. 6202

Correo electrónico del contacto: publicaciones@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	
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	Descríbala:	

11. PLAZO DEL CONTRATO:

El tiempo para realizar la actividad contratada:	Meses	2	Días	0
El tiempo para liquidar el contrato:	Meses	0	Días	0
TOTAL	Meses	2	Días	0

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

Forma de Pago del Contrato	Selección
-----------------------------------	------------------

 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	

Total , contra entrega de los bienes o servicios contratados	x
Parcial, a medida que el proveedor entregue los bienes y servicios contratados	
Con anticipo económico	

12.1. Reglamento para su desembolso y manejo:

El valor del contrato que se suscriba se pagará así: Pago 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.

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 del servicio	X
Pago de Salarios y Prestaciones Sociales	
Responsabilidad Civil frente a terceros	

13.1. Justificación de las garantías y amparos exigibles:

Para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones, el contratista constituirá en una Compañía de Seguros legalmente autorizada para funcionar en Colombia, a favor de la Universidad y dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la fecha de firma del contrato, una garantía única que ampare:

Póliza de Cumplimiento. Deberá garantizar el cumplimiento general del contrato, el pago de multas y demás sanciones que le impongan, en cuantía equivalente al diez por ciento (30%) del valor del contrato y con una vigencia igual al plazo total de ejecución y dos meses más.

De Calidad del Servicio. El cubrimiento de este amparo deberá ser equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del contrato, debe estar vigente durante toda la etapa de ejecución y cuatro (4) meses más.

La póliza en cuestión será la denominada en el mercado asegurador Póliza de Cumplimiento ante Entidades Públicas con Régimen Privado de Contratación y deberá ser aprobada por la Oficina Asesora Jurídica de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

 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	

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	
Con puntaje por experiencia general	Puntaje	
Con puntaje por experiencia específica	Dos (2) certificaciones de contratos, desarrollados y ejecutados en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el Servicio de impresión directa de material publicitario.	20%
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 que incluya las características contempladas en los presentes estudios previos.	50%
Precio	A menor precio por solución integral (con o sin intervalo de aceptación)	
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: Al menor tiempo de entrega de los productos, el cual no puede ser superior a 15 días hábiles.	30%

15. DOCUMENTOS TÉCNICOS PROPUESTOS

Certificaciones Contractuales (marque con X en “Selección” la forma propuesta)		Selección
Tipo de experiencia a solicitar	General	X
	Específica	X
Número máximo de certificaciones a solicitar para experiencia general:		1
Número máximo de certificaciones a solicitar para experiencia específica:		2

	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	

Empresa legalmente constituida (Anexar Cámara de Comercio que acredite la actividad económica N° 7310.)

Experiencia específica en la comercialización de productos publicitarios, cuya duración total sea mínimo de dos años. El valor total de las certificaciones debe ser igual o superior al presupuestado en la presente invitación a cotizar. (Anexar dos certificaciones)

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	

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: Valores agregados adicionales. Señalados en los criterios de selección.	

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

16. ASPECTOS TÉCNICOS A CUMPLIR

El proponente deberá entregar una propuesta que cumpla con los siguientes requerimientos, informando el costo de cada ítem y el valor total incluido IVA:

- 5000 Pin de solapa redondo 20 mm Dorado, Fijación Puntilla y Mariposa, marcado full color resinado, con estuche de lujo.
- 100 Agenda en doble-O anillo 11mm color negro, incorporando taco de media carta 80 hojas, tapas acartonadas forradas full color laminado, perforacion y refilacion.
- 200 Libretas doble argolla 80 hojas, Cubierta en polipropileno. No incluye bolígrafo. Medidas: 12.7 cm x 17.5 cm Marca: 4 cm / Tampografía a una tinta en la tapa superior.
- 350 Bolígrafo plástico color negro con sistema de apertura retráctil. MATERIAL: ABS. MEDIDAS: 13,8 cm de largo. ÁREA DE IMPRESIÓN TAMPOGRAFÍA color blanco. APROXIMADA: 4 x 0,6 cm. logo institucional.
- 350 Bolsas sencilla en cambrel color Negro. Medidas: ancho 37.5 cm x largo 40 cm Marca: 10 cm / marca en Screen blanco logo institucional.

	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	

6. 200 Pin de solapa redondo 25 mm aprox, Fijación Puntilla y Mariposa, marcado full color resinado.
7. 270 Tula en poliéster color vino tinto, con cordón negro 34 x 44 cm. ÁREA DE IMPRESIÓN APROXIMADA: 23 x 27 cm. Marcadas.

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

Términos: Se requiere la entrega de los siguientes elementos:

- 5000 Pin de solapa redondo 20 mm Dorado, Fijación Puntilla y Mariposa, marcado full color resinado, con estuche de lujo.
- 100 Agenda en doble-O anillo 11mm color negro, incorporando taco de media carta 80 hojas, tapas acartonadas forradas full color laminado, perforación y refilación.
- 200 Libretas doble argolla 80 hojas, Cubierta en polipropileno. No incluye bolígrafo. Medidas: 12.7 cm x 17.5 cm Marca: 4 cm / Tampografía a una tinta en la tapa superior.
- 350 Bolígrafo plástico color negro con sistema de apertura retráctil. MATERIAL: ABS. MEDIDAS: 13,8 cm de largo. ÁREA DE IMPRESIÓN TAMPOGRAFÍA color blanco. APROXIMADA: 4 x 0,6 cm. logo institucional.
- 350 Bolsas sencilla en cambrel color Negro. Medidas: ancho 37.5 cm x largo 40 cm Marca: 10 cm / marca en Screen blanco logo institucional.
- 200 Pin de solapa redondo 25 mm aprox, Fijación Puntilla y Mariposa, marcado full color resinado.
- 270 Tula en poliéster color vino tinto, con cordón negro 34 x 44 cm. ÁREA DE IMPRESIÓN APROXIMADA: 23 x 27 cm. Marcadas.

18. CRITERIOS DE SELECCIÓN:

- 20 Puntos a la experiencia específica: Dos (2) certificaciones de contratos, desarrollados y ejecutados en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el Servicio de impresión directa de material publicitario.
- 50 puntos al menor precio total que incluya las características contempladas en los presentes estudios previos.
- 30 Puntos al menor tiempo de entrega de los productos, el cual no puede ser superior a 15 días hábiles.

Notas:

1. Solo se evaluarán propuestas completas, es decir que reúnan/incluyan/hayan presentado toda la documentación solicitada.
2. El Contratista es responsable del pago de seguridad social de acuerdo con la ley 100 de 1993 aplicable para contratistas independientes (pago de salud, pensión y ARL).

	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	

19. IDONEIDAD DEL PROPONENTE

Actividad (Persona Natural)	<p>Demostrar que su actividad económica esté relacionada con el objeto a contratar, lo cual deberá acreditar con la presentación de la matrícula mercantil vigente expedida por la Cámara de Comercio. La antigüedad de la constitución ante la Cámara de Comercio deberá tener por lo menos cinco (5) años contados hacia atrás de la fecha de cierre del presente proceso. RUT con código CIU 7310: Publicidad</p>
Objeto social (Persona Jurídica)	<p>El proponente deberá acreditar que el objeto social que desarrolla está relacionado con el objeto a contratar en el presente proceso. La antigüedad de la constitución ante la Cámara de Comercio deberá tener por lo menos cinco (5) años contados hacia atrás de la fecha de cierre del presente proceso RUT con código CIU 7310: Publicidad</p>
Experiencia Habilitante	<p>La información de experiencia se tomará de las certificaciones aportadas.</p> <p>Experiencia General: Objeto relacionado con el servicio de suministro de material publicitario POP.</p> <p>Por lo anterior, el proponente deberá acreditar la experiencia con 1 contrato ejecutado y terminado dentro de los últimos 4 (cuatro) años, cuyo objeto esté relacionado con el Servicio de impresión directa de material publicitario.</p>
Experiencia Específica	<p>Experiencia Específica: Objeto específico en objeto esté relacionado con el servicio de impresión directa de material publicitario.</p> <p>Por lo anterior, el proponente deberá acreditar la experiencia con Dos (2) certificaciones de contratos, desarrollados y ejecutados en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el Servicio de impresión directa de material publicitario.</p>

NOTA:

La experiencia habilitante y específica se podrá acreditar con las mismas certificaciones.

20. REQUISITOS HABILITANTES MÍNIMOS PARA PARTICIPAR EN EL PRESENTE PROCESO:

20.1 Capacidad Jurídica:

Se entiende por “capacidad jurídica”, la idoneidad que tienen las personas, naturales y jurídicas, para obligarse jurídicamente, esto es, para generar, modificar o extinguir situaciones amparadas

	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 la normatividad.

- Empresa legalmente constituida con capacidad de ejecución propia. (Anexar Cámara de Comercio que acredite la actividad económica N° 7310).
- No estar incurso, en alguna causal de inhabilidad o incompatibilidad, de las establecidas en la Constitución y la Ley particularmente, en el artículo quinto del Estatuto de Contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas (Acuerdo 003 de 2015). Si el representante legal o alguno de los socios de los proponentes se encuentran incursos en alguna causal de inhabilidad o incompatibilidad, la oferta será rechazada.

20.2 Capacidad Financiera:

No aplica

20.4 Capacidad Técnica:

- La actividad económica principal o secundaria según clasificación CIU que será aceptada será la número 7310.
- Dos (2) certificaciones de contratos, desarrollados y ejecutados en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el Servicio de impresión directa de material publicitario.
- En la cotización se debe informar el tiempo de entrega de los artículos requeridos, el cual no puede ser superior a 15 días hábiles.

21. DOCUMENTACIÓN REQUERIDA:

- Cotización que incluya los productos solicitados en este documento.
- Hoja de vida de la función pública del proponente.
- Fotocopia de cédula de ciudadanía del representante legal.
- Certificado de existencia y representación legal, con fecha de constitución no inferior a dos años.
- Registro Único Tributario – RUT (con fecha de impresión actualizada y actividad económica 7310)
- Certificado de antecedentes disciplinarios emitido por la Procuraduría General de la Nación.
- Certificado de antecedentes fiscales emitido por la Contraloría General de la República.
- Certificado de antecedentes judiciales emitido por la Policía Nacional.
- Certificados de experiencia específica: Dos (2) certificaciones de contratos, desarrollados y ejecutados en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el Servicio de impresión directa de material publicitario.

	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	

Se requiere que la documentación mencionada se anexe junto con la propuesta. La no presentación de estos documentos dará lugar al rechazo de la propuesta, teniendo en cuenta que estos documentos son necesarios para la evaluación y selección.



RUBÉN ELIECER CARVAJALINO CARVAJALINO
Jefe Sección de Publicaciones



ALEXIS ADAMY ORTIZ ORTIZ
Jefe Centro de Relaciones Interinstitucionales

	NOMBRE	CARGO	FIRMA	FECHA
Proyectó	Sandra Milena Velásquez	Sección de Publicaciones		21 de nov de 2022
Proyectó	Marhel Berrio	Centro de Relaciones Interinstitucionales		21 de nov de 2022
Revisó	Rubén Eliecer Carvajalino	Jefe Sección de Publicaciones		21 de nov de 2022
Revisó	Alexis Adamy Ortiz Ortiz	Jefe Centro de Relaciones Interinstitucionales		21 de nov de 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.