

	<b>ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS</b>	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:** SECCIÓN DE PUBLICACIONES UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS.

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

**Fecha:** 24 de mayo de 2023

**Funcionario responsable del proceso en la dependencia:** Rubén Carvajalino Carvajalino

### 1. DEFINICIÓN DE LA NECESIDAD (OBJETO DEL CONTRATO)

Compra de material POP para el posicionamiento de la imagen institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en la feria Expo Estudiante Nacional 2023.

### 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, 2, 3 y 4 del Plan de Acción fijado para la vigencia 2023 y en concordancia con la política editorial consignada en el acuerdo 002/2002 del Consejo Académico, La Sección de Publicaciones 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.

Es así como la Feria Expo Estudiante Bogotá, es un espacio que ayuda a cumplir la misión institucional, ya que se reúnen más de 100.000 Bachilleres que visitan la feria durante sus 4 días, con la expectativa de encontrar la institución académica ideal para ellos. Esta feria es el espacio propicio para que la Universidad Distrital presente a la comunidad su oferta académica.

Entendido esto, la Vicerrectoría Académica en coordinación con la Sección de Publicaciones requiere la participación en ferias presenciales que permitan la visibilización de la oferta académica y de los títulos editoriales producidos por la Universidad Distrital generando así un posicionamiento dentro de la comunidad académica a nivel distrital y nacional, y para el caso que nos ocupa es de suma importancia la compra de material POP para el posicionamiento de

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

la imagen institucional, 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
Compra de material POP para el posicionamiento de la imagen institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en la feria Expo Estudiante Nacional 2023.		X			

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

#### 4.1. RIESGOS CON CARGO AL CONTRATISTA GANADOR

<b>RIESGOS PREVISIBLES CON CARGO AL CONTRATISTA GANADOR</b>						
Son los posibles hechos o circunstancias que por la naturaleza del contrato y de la actividad a ejecutar es factible su ocurrencia, esta corresponde a la estimación y asignación de los riesgos previsibles así como su tipificación.						
1	<b>RIESGO</b>	<b>POSIBLES CAUSAS</b>	<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>IMPACTO</b>	<b>U.D.</b>	<b>CONTRATISTA</b>
		Atrasos y sobrecostos en la prestación del servicio por imprevisión y mala planificación del contratista ganador respecto del control del personal disponible.	Contratista ganador	Moderado		X
		Mala interpretación del contratista los estudios previos o del contrato que se firmare				

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

<p>Incumplimiento del contratista en la ejecución del contrato</p>	<p>La mala calidad del servicio suministrado.</p>				
	<p>La carencia de medidas de seguridad industrial apropiadas por el contratista ganador del presente proceso de selección, a favor de la conservación de las condiciones físicas y mentales de sus trabajadores, la comunidad universitaria, así como de terceras personas que activa o pasivamente tenga alguna relación.</p>				
	<p>El incumplimiento de lo establecido en los estudios previos, el incumplimiento de la oferta presentada al cierre del proceso de selección, el incumplimiento de los posibles OTROSÍ que de común acuerdo se pacten con la Universidad Distrital, así como el contrato o los contratos que se deriven del proceso de selección.</p>				
	<p>Incumplimiento en el tiempo establecido de entrega de los productos y resultados requeridos</p>				
	<p>Manejo no adecuado de la información suministrada</p>				
<p>Incumplimiento del contratista en</p>	<p>Mala planeación financiera y operativa del contratista.</p>		Moderado		X

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

2	el pago de salarios o de obligaciones parafiscales a favor del personal operativo a cargo	Falta de infraestructura técnica del contratista para realizar pagos de nómina.	Contratista ganador			
		Evasión de los Recursos Parafiscales, regulado en la Ley 789 de 2002, artículo 50.				
<b>RIESGOS EXTERNOS PREVISIBLES CON CARGO AL CONTRATISTA GANADOR</b>						
<p>Los generados por la probabilidad de que en el marco normativo y de operación del Sistema Jurídico Colombiano se vean modificados dentro de un escenario previsible como son: una variación de tarifas en mercados regulados, el cambio de carga impositiva tributaria por reformas legales futuras y la adopción de decisiones administrativas que puedan afectar el desarrollo del objeto contractual y que puedan alterar de forma moderada el equilibrio económico del contrato, el cual se manifiesta principalmente en la pérdida de liquidez del contratista, en procesos inflacionarios y en la llamada diferencia en cambio.</p>						
	<b>RIESGO</b>	<b>POSIBLES CAUSAS</b>	<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>IMPACTO</b>	<b>U.D.</b>	<b>CONTRATISTA</b>
	Riesgos Económicos	Por pérdida de liquidez se entiende la dificultad que puede experimentar el contratista en convertir un activo financiero en efectivo.	Contratista ganador	Moderado		X
		Por inflación se entiende al aumento generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, ocasionado por la caída del poder adquisitivo del peso colombiano.				

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

3		<p>Por diferencia en cambio se entiende la generación de pasivos imprevistos, originados a raíz de la eventual variación de la cotización del cambio oficial del peso, durante la compra o importación a crédito de mercancías o activos fijos, o en aquellas circunstancias en que se contrae una deuda en divisas. (cambios en la TRM)</p>				
<p align="center"><b>RIESGOS IMPREVISIBLES CON CARGO AL CONTRATISTA GANADOR</b></p>						
<p>Son aquellos hechos o circunstancias donde no es factible su previsión, es decir el acontecimiento de su ocurrencia, estos riesgos deberán estar considerados por parte de los contratistas en caso de que les sea adjudicado el contrato resultante de este proceso de selección.</p>						
4	<p>Demoras en la nacionalización de los instrumentos o elementos contratados</p>	<p>Por no tener la documentación en orden</p>	<p>Contratista ganador</p>		<p>Menor</p>	<p>X</p>
5	<p>Situaciones de salud pública y similares, que modifiquen las condiciones en que el contrato será ejecutado</p>	<p>Pandemias y otras situaciones que, por su capacidad de afectación del normal funcionamiento de la sociedad y del Estado, modifiquen drásticamente las condiciones en que el contrato debe ser ejecutado</p>	<p>Contratista ganador</p>		<p>Mayor</p>	<p>X</p>

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

6	La variación de los precios de mercado, como resultado del impacto de nuevos impuestos, impactando, de paso, cualquier actividad relacionada con la ejecución del contrato.	Pandemias y otras situaciones que, por su capacidad de afectación del normal funcionamiento de la sociedad y del Estado, modifiquen drásticamente las condiciones en que el contrato debe ser ejecutado	Contratista ganador	Mayor		X
---	---	---	---------------------	-------	--	---

Ante los anteriores, así como por cualquier anomalía que en el desarrollo del contrato el contratista ganador del proceso de selección detecte, podrá hacer uso de todas las herramientas y medios jurídicos válidos para hacer valer sus derechos y no resultar afectado económicamente

#### **4.2. Riesgos previsible a cargo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas:**

El incumplimiento de sus obligaciones establecidas en los estudios previos, 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 estudios previos, La no comunicación permanente por parte del supervisor del contrato con el CONTRATISTA(s) ganador (es) del proceso de selección que ocasione demoras y tropiezos en el desarrollo del contrato que se firmare, cambiar las condiciones técnicas establecidas para los elementos a suministrar por parte del contratista (s) ganador (es) del proceso de selección, sin comunicación y consulta previas con el mismo.

#### **4.3. Otros riesgos que se consideran:**

Cuando en su desarrollo se presenten circunstancias de fuerza mayor o caso fortuito, debidamente comprobadas, que impidan temporalmente su ejecución, como causas de fuerza mayor por problemas mundiales o nacionales de salud pública.

### **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 la "Compra de material POP para el

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

posicionamiento de la imagen institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en la feria Expo Estudiante Nacional 2023.”

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"> <li>● Manillas tejidas en hilo.</li> <li>● chaleco en tela Lafayette antilfluido y forro con bolsillos delanteros. Marcado o bordado frente tipo bolsillo y espalda con logos institucionales. En 2 colores 30% rojo y 70% negro. Con bolsillos</li> </ul>	Compra de material POP para el posicionamiento de la imagen institucional de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en la feria Expo Estudiante Nacional 2023.	\$6.818.600
2	Propuesta 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Manillas tejidas en 3 hilos.</li> <li>● Chaleco en tela Lafayette antilfluido y forro con bolsillos delanteros. Marcado o bordado frente tipo bolsillo y espalda con logos institucionales.</li> </ul>		\$7.125.720

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

		En 2 colores 30% rojo y 70% negro.	
3	Propuesta 3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manillas publicitarias tejidas en hilo.</li> <li>Chaleco en tela Lafayette antilfluida y forro con bolsillos delanteros. Marcado o bordado frente tipo bolsillo y espalda con logos institucionales.</li> </ul> En 2 colores 30% rojo y 70% negro.	\$7.163.800

## II. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La Universidad Distrital tiene experiencia de varios años en la participación de Ferias y Eventos a realizarse especialmente en Corferias en eventos como la Feria Internacional del Libro de Bogotá, en la que se ha participado anualmente.

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

	Año	No. Contrato	Objeto	Plazo de Ejecución	Valor	Requisitos mínimos exigidos contratista
1	2023	CPS N°1015	La adquisición de material POP para el posicionamiento de la imagen institucional en la Feria del Libro FILBO 2023 y demás actividades en las que participa la Sección de Publicaciones.	Dos (2) meses	\$18.390.260	<ul style="list-style-type: none"> <li>legalmente constituida.</li> <li>Actividad económica correspondiente con el objeto a contratar.</li> </ul>
2	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"> <li>legalmente constituida.</li> <li>Actividad económica correspondiente con el objeto a contratar.</li> </ul>
3	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	Dos (2) meses	\$ 9.998.988	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empresa legalmente constituida.</li> </ul>

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

		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			<ul style="list-style-type: none"> <li>● Actividad económica correspondiente con el objeto a contratar.</li> </ul>
--	--	--	--	--	--

### 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.
  - 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.

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

### 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

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 Iburgüen, managing director de Kantar Ibope Media en Colombia.

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

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](http://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 disímiles 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.

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.

 UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS	<b>ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS</b> <b>SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES</b> <b>Y SERVICIOS</b>	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	

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
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)

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

## 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](http://www.iccwbo.org)

Alianza Europea de Estándares de Autorregulación Publicitaria – EASA [www.easa-alliance.org](http://www.easa-alliance.org)

American Association of Advertising Agencies – AAAA [www.aaa.org](http://www.aaa.org)

International Trademark Association - INTA [www.inta.org](http://www.inta.org)

Federación Mundial de Anunciantes - WFA [www.wfanet.org](http://www.wfanet.org)

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI [www.wipo.int/portal/es/](http://www.wipo.int/portal/es/)

Interactive Advertising Bureau (IAB) [www.iab.com](http://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](http://www.asipi.org)

Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor – ODAI [www.odai.org](http://www.odai.org)

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura – OEI [www.oei.es](http://www.oei.es)

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO [www.unesco.int](http://www.unesco.int)

Gremios Nacionales Asociación Colombiana de la Industria Gráfica – ANDIGRAF [www.andigraf.com.co](http://www.andigraf.com.co)

Asociación Nacional de Anunciantes – ANDA [www.andacol.com](http://www.andacol.com)

Asociación Nacional de Medios de Comunicación - ASOMEDIOS [www.asomedios.com](http://www.asomedios.com)

Asociación Colombiana de Medios de Información – AMI [www.ami.org.co](http://www.ami.org.co)

Interactive Advertising Bureau - IAB Colombia [www.iabcolombia.com](http://www.iabcolombia.com)

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

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.crcm.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

**6.1. Valor total estimado según estudio de mercado:** Tras el análisis realizado se encuentra que la oferta más favorable tiene un costo de \$6.818.600 y el presupuesto oficial asignado para tal fin en el Plan anual de Adquisiciones corresponde a \$6.820.212. Por lo anterior se solicitará el contrato por el valor resultado de la oferta seleccionada en la convocatoria, dicho valor debe incluir todos los impuestos legales vigentes ya que no se podrán hacer adiciones presupuestales para cubrir el pago de estos.

**6.1. Valor establecido en el Plan Anual de Adquisiciones:** Seis millones ochocientos veinte mil doscientos doce pesos (\$6.820.212.00) IVA incluido.

## 7. GASTOS

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.

## 8. IMPUESTOS

EL CONTRATISTA pagará todos los impuestos, tasas y similares que se deriven de la ejecución del contrato, de conformidad con la ley colombiana.

## 9. ESTAMPILLA U. D. F. J. C., 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.

	<b>ESTUDIOS Y DOCUMENTOS PREVIOS SOLICITUD DE ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS</b>	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 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.
- 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 adiciones, si las hubiere, se retendrá el 2% por concepto de la Estampilla Adulto Mayor.

## 10. MARCO LEGAL

### 10.1. Norma(s) General(es):

- Al presente proceso y al contrato que de él se derive, le serán aplicables las normas contenidas en la Constitución Política.
- El Acuerdo 03 del 11 de marzo de 2015 del CSU "Por el cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas."
- La Resolución 262 del 02 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 683 del 9 de diciembre de 2016 "Por medio de la cual se crea y reglamenta el banco de proveedores de la universidad Distrital Francisco José de Caldas".
- Resolución 629 del 17 de noviembre de 2016 "Por medio de la cual se adopta el Manual de Supervisión e Interventoría de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.".
- Resolución 067 de 2017 "Por medio de la cual se complementa la Resolución 262 de 2015, en su Artículo 93 y se dictan otras disposiciones" Estatuto de Contratación
- Las demás establecidas en la página web de normatividad contractual de la Universidad (<https://www.udistrital.edu.co/normatividad-contractual>).

### 10.2. Norma(s) Específica(s):

- Resolución de Rectoría 008 de 2021, Por medio de la cual se reglamenta el uso del SECOP II en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Resolución por medio de la cual se adopta el Plan Anual de Adquisiciones para la vigencia 2023.

## 11. TIPO DE CONTRATO

**11.1. El contrato a celebrar con el CONTRATISTA ganador del proceso de selección será de:** Orden de servicios

## 12. 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

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

**Teléfono del contacto:** 3239300 ext. 6202

**Correo electrónico del contacto:** publicaciones@udistrital.edu.co

**13. 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:	

**14. PLAZO DEL CONTRATO:**

El tiempo para realizar la actividad contratada:	Meses	2	Días	0
El tiempo para liquidar el contrato:	Meses	1	Días	0
<b>TOTAL</b>	Meses	3	Días	0

**15. 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	
Con anticipo económico	

**15.1. Reglamento para su desembolso y manejo:**

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

El valor del contrato que se suscriba se pagará así: LA UNIVERSIDAD pagará AL CONTRATISTA el valor del presente contrato según contado comercial. El pago se realizará dentro de los treinta (30) días calendarios siguientes a la fecha en que se radique ante la División Financiera la factura electrónica de venta o cuenta de cobro, junto con la certificación expedida por el supervisor del contrato, informe de ejecución del contrato, último pago de parafiscales o copia de seguridad social, evaluación del proveedor, copia del RUT y Cámara de Comercio (no mayor a 90 días, si es el caso), Resolución de facturación vigente. Adicionalmente la factura debe estar debidamente firmada por el funcionario de la Sección de Almacén en el momento de la entrega de los bienes si es el caso, junto con la discriminación de los bienes, valor unitario, valor total y discriminación del IVA (Si es el caso). 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.

**16. 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	

**GARANTÍA ÚNICA**

El contratista deberá constituir una garantía única para avalar el cumplimiento de las Obligaciones surgidas 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 total de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más. En todo caso, deberá estar vigente hasta su liquidación. Al monto de esta garantía se imputará el valor de las multas y la cláusula penal, y se repondrá si por este motivo se disminuyere o agotare. El garante podrá subrogarse en las obligaciones del contratista para con la Universidad.

**DE CALIDAD DEL SERVICIO Y DE LOS BIENES SUMINISTRADOS:** Equivalente al veinte por ciento (20%) del valor del Contrato, con vigencia igual al plazo de ejecución del contrato y doce (12) meses más.

La garantía no podrá ser cancelada sin la autorización escrita de la Universidad. El contratista deberá cumplir con todos los requisitos necesarios para mantener vigente la garantía.

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.

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

**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.

**17. 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	Una (1) certificación de contrato, desarrollado y ejecutado en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el suministro de material POP.	Experiencia habilitante
Con puntaje por experiencia específica	Una (1) certificación de contrato desarrollado y ejecutado en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el suministro de material POP para el posicionamiento de imagen institucional en Ferias.	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 6 días hábiles.	30%

**18. DOCUMENTOS TÉCNICOS PROPUESTOS**

Certificaciones Contractuales (marque con X en “Selección” la forma propuesta)		Selección
Tipo de experiencia a solicitar	General	X

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

	Específica	X
Número máximo de certificaciones a solicitar para experiencia general:		<b>1</b>
Número máximo de certificaciones a solicitar para experiencia específica:		<b>1</b>

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.*

#### 19. LISTADO DE GENERAL DE ELEMENTOS REQUERIDOS –FICHA TÉCNICA– TÉRMINOS:

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

- Manillas tejidas en hilo.
- Chaleco en tela Lafayette antiluido y forro con bolsillos delanteros. Marcado o bordado frente tipo bolsillo y espalda con logos institucionales. En 2 colores 30% rojo y 70% negro. Con bolsillos

#### 20. CRITERIOS DE SELECCIÓN:

- 20 Puntos a la experiencia específica: Una (1) certificación de contrato desarrollado y ejecutado en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el suministro de material POP para el posicionamiento de imagen institucional en Ferias.
- 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 6 días hábiles.

**Notas:**

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

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).

## 21. IDONEIDAD DEL PROPONENTE

<b>Actividad (Persona Natural)</b>	<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.</p> <p>RUT con código CIU 7310: Publicidad</p>
<b>Objeto social (Persona Jurídica)</b>	<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</p> <p>RUT con código CIU 7310: Publicidad</p>
<b>Experiencia Habilitante</b>	<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 una (1) certificación de contrato, desarrollado y ejecutado en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el suministro de material POP.</p>
<b>Experiencia Específica</b>	<p>Experiencia Específica: Objeto específico en objeto esté relacionado con el suministro de material POP para el posicionamiento de imagen institucional en Ferias.</p> <p>Por lo anterior, el proponente deberá acreditar la experiencia con una (1) certificación de contrato desarrollado y ejecutado en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el suministro de material POP para el posicionamiento de imagen institucional en Ferias.</p>

NOTA:

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

## 22. REQUISITOS HABILITANTES MÍNIMOS PARA PARTICIPAR EN EL PRESENTE PROCESO:

### 22.1 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 por la normatividad.

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

- 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.
- No tener calificación negativa en el formato de Evaluación y Reevaluación de Proveedores realizado por el supervisor en el desarrollo de contratos suscritos y ejecutados con la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Acreditar experiencia general con una (1) certificación de contrato, desarrollado y ejecutado en su totalidad en los últimos 4 años en los que se pueda verificar que el objeto esté relacionado con el suministro de material POP.

## 22.2 Capacidad Financiera:

No aplica

## 22.3 Capacidad Técnica:

La actividad económica principal o secundaria según clasificación CIU que será aceptada será el número 7310: Publicidad.

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

- 82100000 : Publicidad

## 23. DOCUMENTACIÓN REQUERIDA:

- Cotización que incluya los productos solicitados en este documento en el numeral 19 en la cual debe especificar el tiempo de entrega de los productos, el cual no puede ser superior a 6 días hábiles.
- 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 expedición no superior a 30 días.
- 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.

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

- Certificado de antecedentes fiscales emitido por la Personería.
- Certificado de antecedentes judiciales emitido por la Policía Nacional.
- Parafiscales
- Certificación Bancaria
- Certificados que acrediten tanto la experiencia general como la específica en los términos y condiciones establecidos en los presentes estudios previos.

**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**

	NOMBRE	CARGO	FIRMA	FECHA
Elaboró	Rubén Eliecer Carvajalino	Jefe Sección de Publicaciones		24 de mayo de 2023
Revisó	Rubén Eliecer Carvajalino	Jefe Sección de Publicaciones		24 de mayo de 2023
Aprobó	Rubén Eliecer Carvajalino	Jefe Sección de Publicaciones		24 de mayo de 2023

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.