	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 1 de 20

LISTADO DE ANEXOS Y FORMATOS

ANEXO 1: MATRIZ DE RIESGOS.

ANEXO 2: ANÁLISIS DEL SECTOR- ESTUDIO DE MERCADO.

ANEXO 3: OBLIGACIONES ESPECIFICAS DEL CONTRATISTA

FORMATO 1: CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

FORMATO 2: COMPROMISO ANTICORRUPCIÓN – PACTO DE TRANSPARENCIA

FORMATO 3: CERTIFICACIÓN DE PAGO DE PARAFISCALES Y APORTES A SEGURIDAD SOCIAL


FORMATO 4: INDICADORES FINANCIEROS

FORMATO 5: FORMATO EXPERIENCIA

FORMATO 6: CONSTITUCIÓN CONSORCIO - UNIÓN TEMPORAL

FORMATO 7: PONDERABLES (Ponderación Económica - Ponderación elementos de calidad)

FORMATO 8: ESTÍMULO A LA INDUSTRIA NACIONAL COLOMBIANA


	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 2 de 20

ANEXO 1: MATRIZ DE RIESGOS.

(Ver documento adjunto)

ANEXO 2: ANÁLISIS DEL SECTOR- ESTUDIO DE MERCADO.

(Ver documento adjunto)

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 3 de 20

ANEXO 3: OBLIGACIONES ESPECIFICAS

1.1. OBLIGACIONES ESPECIFICAS DEL CONTRATISTA

1.1.1. Obligaciones concernientes a los ESTUDIOS:


1. Desarrollar una fase de planeación estratégica con el análisis de estudios propios o externos como TOM “Top of Mind”, TOH “Top of Heart”, TGI “Target Group Index”, EGM “Estudio General de Medios”, y otros que el CONTRATISTA tenga acceso con el fin de:
 - Realizar un diagnóstico actual de las categorías de pensiones, ahorro programado, ahorro para la vejez, sistemas de ahorro tradicionales y sector trabajo en lo relacionado con recordación, inversión y divulgación en medios de comunicación 360°; segmentos de mercado abordados, entre otros.
 - Hacer un análisis de los segmentos de mercado, como características, comportamientos, consumo, hábitos y actitudes de los grupos de interés definidos por EL CLIENTE.
 - Identificar el comportamiento de la competencia.
2. Realizar presentación ante TEVEANDINA los resultados de análisis y diagnóstico del sector y la categoría, construido en la fase de planeación.
3. Realizar un estudio de la marca de EL CLIENTE, que incluya un análisis sobre el posicionamiento actual y el deseado.

1.1.2. Obligaciones concernientes al FEE MENSUAL:

1. El CONTRATISTA debe contar con el siguiente equipo humano mínimo, con capacidad para desempeñar los siguientes roles:

a. Coordinador de Medios:

FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA	CERTIFICADOS
Profesional en comunicación social, mercadeo y publicidad, administración de empresas o carreras afines.	Mínimo cinco (5) años de experiencia contados a partir de la terminación y aprobación del pensum académico de educación superior, en el área de comunicaciones, publicidad, servicio al cliente/usuario, planeación estratégica y medios.	Cinco (5) años como director de cuentas y/o de medios en cargos que manejen medios de comunicación masivos o en centrales de medios.	<ul style="list-style-type: none"> • Google AdWords • Blueprint de Facebook • Certificaciones IMS: - spotify- twitter

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 4 de 20

b. Junior Campaign Manager:

FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA	CERTIFICADOS
Profesional en Comunicación Social, Mercadeo y Publicidad, Administración de Empresas o afines.	Mínimo (3) años de experiencia contados a partir de la terminación y aprobación del pensum académico de educación superior, en áreas de publicidad, mercadeo, comunicaciones o medios.	Dos (2) años en compra e implementación de campañas de publicidad y medios en Tv, radio y plataformas digitales de subasta (Google – Facebook – compra programática), entre otras.	<ul style="list-style-type: none"> • Google AdWords • Blueprint de Facebook • Certificaciones Ims spotify-twitter


Nota: Ninguna de las personas que se presenten como parte del equipo de trabajo podrá desarrollar de manera simultánea dos o más roles.

2. El equipo humano antes descrito debe llevar cabo las actividades relacionadas a continuación:

- a) El equipo de medios, presentado por el CONTRATISTA, se debe involucrar y presentar propuestas sobre la implementación de piezas complementarias que se considere pertinentes para alcanzar los objetivos expuestos, siempre y cuando su elaboración no vaya en contra de los lineamientos de la marca enmarcados en el manual o exceda el presupuesto asignado para la ejecución del contrato.
- b) Entregar al Supervisor del Contrato todos los documentos, reportes escritos, desarrollo de herramientas estratégicas, análisis de competencia, revisión de tendencias, información de consumidor, entre otros, que se hayan realizado y aportado durante la fase de planeación y en general durante la ejecución del Contrato. La entrega de la información debe realizarse con los informes mensuales si hubo lugar a ellos.
- c) Elaborar y entregar mensualmente al supervisor del Contrato, un informe cualitativo y cuantitativo que le permita a EL CLIENTE evaluar los resultados de su inversión en cada una de las campañas y medios de comunicación que se autoricen. Para estos efectos, el CONTRATISTA deberá contar con las principales herramientas, estudios y aplicaciones necesarias, como lo son el EGM, IBOPE, ECAR, herramientas de medición digital y otras.
- d) Entregar a EL CLIENTE un estudio de la percepción de los ciudadanos respecto a las campañas institucionales implementadas en la entidad que contemple: Post test: estudio cuantitativo donde se evalúe las personas que vieron la campaña, en qué medios, cuántos ciudadanos fueron persuadidos con el mensaje y qué cambios de actitudes y hábitos logran manifestar los ciudadanos con los mensajes vistos, así como el cumplimiento de los indicadores propuestos.
- e) Contar de manera permanente durante la ejecución del Contrato, con el Estudio General de Medios (EGM), el Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR), el IBOPE, TGI, RAC, Estudios propios y otros estudios necesarios, para la correcta y efectiva planificación, direccionamiento estratégico, ordenación y compra de medios correspondientes de acuerdo con las necesidades de EL CLIENTE.

1.1.3. Obligaciones concernientes a la AGENCIA DE MEDIOS:


1. Para las campañas se debe tener en cuenta:

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 5 de 20

- a. Realizar a solicitud de TEVEANDINA la entrega de los documentos, reportes escritos, desarrollo de herramientas estratégicas, análisis de competencia, revisión de tendencias, información de consumidor, estrategia digital, entre otros, que se hayan realizado y aportado durante la fase de planeación y en general durante la ejecución del objeto contractual para EL CLIENTE.
2. La creación de campañas comprende las siguientes actividades:
 - a. Presentación argumentada para cada campaña de manera integral, la cual debe incluir:
 - Mínimo los siguientes aspectos clave del brief (Ej. antecedentes, grupo objetivo, datos relevantes de la competencia, objetivos de comunicación, objetivos estratégicos, entre otros)
 - Propuesta de medios y canales sugeridos para la divulgación de la campaña: medios 360°, tanto internos como externos de EL CLIENTE (según corresponda, de acuerdo con los objetivos de la campaña).
3. Las campañas podrán ser de tipo:
 - a) Institucional: comunicación y divulgación externa e interna sobre productos, servicios, gestión, direccionamiento estratégico y demás información necesaria para el posicionamiento de la empresa, imagen y marca hacia los grupos de interés.
 - b) Educativa, dando información pedagógica sobre la necesidad del ahorro para proteger la vejez de los colombianos.
 - c) De trámites y servicios como apoyo a la afiliación, vinculación, historia laboral y otro tipo de acciones institucionales que la entidad requiera para el cumplimiento de las diferentes estrategias.
 - d) Digital, donde la fortaleza sean los contenidos para redes sociales.


NOTA: TEVEANDINA LTDA, HARÁ ENTREGA AL CONTRATISTA DE TODAS LAS PIEZAS AUDIOVISUALES, que requiera sean difundidas.

4. La creación del plan de medios comprende las siguientes actividades:
 - a. Elaborar el análisis y listado de medios (digitales, prensa, OHH, TV y radio) idóneos para la transmisión de los mensajes de comunicación, divulgación, educación, posicionamiento y gestión reputacional, de acuerdo al concepto comunicacional de la campaña creativa.
 - b. Realizar un análisis y diagnóstico de EL CLIENTE y con base en esto, elaborar y proponer estrategias para realizar de manera asertiva, la divulgación de las piezas de las campañas (Audiovisuales, piezas gráficas, cuñas, contenidos para prensa, revistas y digital, etc.) a los diferentes grupos de interés definidos por EL CLIENTE.
 - c. Soportar el plan de medios de cada campaña con estudios de mercado y herramientas especializadas y reputadas en medios de comunicación masivos y digitales a nivel nacional, tales como: IBOPE, EGM, IGT, ECAR, RAC y estudios propios, entre otros.
 - d. Garantizar que los medios seleccionados para cada uno de los planes de medios se adapten a las características de cada uno de los segmentos o grupos de interés de EL CLIENTE, a quien va dirigida la campaña.
 - e. Definir a solicitud de EL CLIENTE, la frecuencia (número de veces que queremos que este público reciba el mensaje), alcance (número de personas del público objetivo) y posicionamiento (nivel de efecto o impacto que se quiere alcanzar en la memoria de los grupos de interés) y cobertura de los medios de comunicación propuestos en el plan de medios.
 - f. Presentar la programación y distribución del presupuesto asignado para cada campaña y planes de medios.
 - g. Definir y presentar a TEVEANDINA, los indicadores y herramientas a través de los cuales se va a realizar la medición del impacto de cada uno de los planes de medios y los objetivos de comunicación de la campaña. Así como los resultados y recomendaciones de las mediciones realizadas

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 6 de 20

- h. Presentar un informe por cada campaña y plan de medios con el presupuesto asignado y ejecutado, objetivos, medios utilizados, especificando: cobertura, frecuencia, alcance y números de inserciones o apariciones.
- i. Presentar para aprobación cada uno de los planes de medios a TEVEANDINA LTDA.
- j. Realizar la divulgación de la campaña creativa de acuerdo a cada uno de los planes de medios aprobados y programados por EL CLIENTE.
- k. Realizar todas las actividades necesarias para divulgar el plan de medios que apruebe EL CLIENTE, a través del supervisor del Contrato.
- l. Desarrollar mediciones del alcance, cobertura, frecuencia, generación de leads, entre otros, de los mensajes institucionales emitidos por parte de proveedores y presentar informe correspondiente al supervisor del Contrato durante el desarrollo y a la culminación de cada campaña.
- m. Seleccionar los espacios de prensa, programación de TV o radio, piezas exteriores y medios digitales, entre otros, en los que se van a insertar o publicar los diferentes mensajes. Presentar ventajas y desventajas para cada uno de los medios propuestos y análisis comparativo de las inversiones en los mix de medios.
- n. Controlar y realizar seguimiento para que la pauta sea emitida en los diferentes medios, en los horarios, días y espacios establecidos y ordenados por EL CLIENTE, y notificar inmediatamente en el caso de identificar pauta no emitida a TEVEANDINA LTDA.
- o. Garantizar y supervisar la ejecución del plan de medios de las distintas campañas de comunicación, divulgación, educación, posicionamiento y gestión reputacional que se elaboren, para lo cual deberá disponer de todo el equipo de trabajo necesario para ello y de las herramientas tecnológicas que se requieran.
- p. Presentar el cronograma detallado de cada uno de los planes de medios solicitados por EL CLIENTE, a TEVEANDINA LTDA.
- q. Presentar flow por cada plan de medios.
- r. Presentar el presupuesto detallado del plan de medios por cada campaña, discriminado por medios de comunicación, kpis esperados, alcance, costo por impacto, costo por lead, entre otros; definidos por EL CLIENTE, para aprobación previa por parte del supervisor del Contrato.
- s. Definir y presentar al Supervisor del Contrato, los indicadores y herramientas que permitan medir la efectividad de la campaña y el plan de medios para un manejo eficiente de los recursos y objetivos de la entidad.
- t. Programar, distribuir y optimizar el presupuesto disponible entre los diferentes medios seleccionados durante el plazo de duración de cada campaña.
- u. Definir los objetivos de medios en términos de cobertura (número de personas del público objetivo), frecuencia (número de veces que queremos que este público perciba el mensaje) y posicionamiento (nivel de efecto sobre la memoria que se quiere provocar, entendiendo que con ello aumentan las posibilidades de lograr la reacción buscada).
- v. EL CONTRATISTA deberá transferir todos los descuentos, beneficios, bonificaciones, pronto pago y demás descuentos que logre conseguir de medios de comunicación, proveedores o terceros en servicios relacionados con el objeto del presente Contrato así:

MEDIO	DESCUENTO
TELEVISIÓN NACIONAL	20%
TELEVISIÓN REGIONAL	25%
RADIO NACIONAL	55%
RADIO REGIONAL	60%
RADIO COMUNITARIAS – REGIONALES INDEPENDIENTES	75%
PRENSA NACIONAL	25%
PRENSA REGIONAL	15%

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 7 de 20

ENTREGABLES:

El CONTRATISTA debe hacer entrega de:


1. Documentos, actas, reportes escritos, análisis de competencias, revisión de tendencias, información de consumidor, resultados de las herramientas aplicadas, entre otros, que se hayan realizado y aportado durante la fase de planeación y en general, durante la ejecución del contrato.
2. Análisis de categorías y segmentos de estudios como: estudios generales de medios (EGM), estudio continuo de audiencia radial (ECAR), IBOPE, TGI, RAC, estudios propios y otros estudios necesarios que se hayan realizado en la ejecución del contrato.
3. Y demás entregables que se hayan desarrollado en el marco del contrato.

1.1.4. Obligaciones concernientes a la Fase de Administración:

1. Entregar a TEVEANDINA LTDA copia (ejemplares) de las publicaciones impresas y/o copia de las pautas y certificaciones de la emisión de las cuñas realizadas en los diferentes medios, factura de cada uno de los medios utilizados junto con la radicación de la factura, de acuerdo con los requerimientos de cada proceso y codificación de campañas.
2. Proponer y ejecutar el plan de medios para cada campaña teniendo en cuenta el contenido, el propósito del mensaje y la población a la cual va dirigido (grupos de interés).
3. Deberá cumplir con las condiciones de porcentaje (%) ofrecido sobre el valor del Contrato para "Bonificaciones y Free Press", poniendo a consideración de EL CLIENTE las propuestas de free press en los diferentes medios de comunicación (prensa, radio, TV y digital), así como propuestas para apariciones de EL CLIENTE (Especiales, separatas, entrevistas, entre otros) sin que genere costo alguno. Esta obligación se dará por cumplida cuando el mínimo del porcentaje ofrecido se consuma durante toda la vigencia de este, previa aprobación del supervisor y previa comprobación de los soportes entregados en la frecuencia y formatos establecidos por EL CLIENTE al inicio del contrato. De identificarse que el porcentaje ofrecido por el CONTRATISTA está por debajo de lo propuesto, se aplicarán las cláusulas establecidas en el presente contrato. Para el caso que el porcentaje ofrecido supere lo propuesto, siendo favorable para EL CLIENTE, se entenderá que es un valor agregado del CONTRATISTA y no generará ningún costo o recargo adicional para la entidad.

CENTRAL DE MEDIOS	Bonificado y free press: 10%
--------------------------	------------------------------

4. El porcentaje de comisión por pauta en medios masivos y alternos corresponderá al 0%, razón por la cual no se pagará ningún valor por este concepto y El CONTRATISTA deberá anexar los certificados de pauta y evidencias de las publicaciones y/o emisiones para la radicación de la respectiva factura.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 8 de 20

**FORMATO 1
CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA**

Bogotá, D.C.,


Fecha

Señores
TEVEANDINA LTDA.
Ciudad

El (los) suscrito(s) _____ de acuerdo con las condiciones que se estipulan en la **CONCURSO PÚBLICO No. 005 de 2019** cuyo objeto es: *“Prestar los servicios de análisis, difusión de estrategias y campañas de comunicación, en los diferentes medios de comunicación, tradicionales, alternativos y digitales, con los cuales busca dar a conocer la gestión que adelanta la ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES. Lo anterior, en cumplimiento del Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019 suscrito entre TEVEANDINA LTDA. y ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES. Todo de conformidad con la naturaleza del servicio y la propuesta presentada por el proveedor, la cual hace parte integral del contrato.”*

Declaramos así mismo: Que esta propuesta y el contrato que llegare a celebrarse sólo compromete a los oferentes firmantes de esta carta.

1. Que ninguna entidad o persona distinta del oferente tiene interés en esta propuesta ni en el contrato probable que de ella se derive.
2. Que el oferente conoce la información general del proceso de selección, las Reglas de Participación y las condiciones de este y aceptamos todos los requisitos y condiciones en ellos contenidos.
3. Que la presente propuesta consta de _____ (indicar #) folios debidamente numerados y se entrega en original y dos (2) copias de la misma.
4. Así mismo el oferente y sus integrantes declaramos bajo la gravedad del juramento que no estamos incurso en causal alguna de inhabilidad o incompatibilidad de las señaladas en la Constitución y en la Ley y no nos encontramos en ninguno de los eventos de prohibiciones especiales para contratar con el Estado.
5. Declaro que los documentos presentados con la propuesta son veraces y corresponden a la realidad.
6. Que no hemos sido sancionados o nos han impuesto multas por actividades contractuales por ninguna entidad del Estado, mediante acto administrativo ejecutoriado, dentro de los últimos dos (2) años anteriores a la entrega de la propuesta.
7. Si se nos adjudica el contrato del proyecto al cual nos presentamos, nos comprometemos a otorgar las garantías requeridas y a suscribirlas dentro de los términos señalados para ello.
8. Manifiesto en caso de ser seleccionado para la ejecución del proyecto al cual se ofertó, y por ende para la suscripción del contrato, poseo las condiciones y cuento con los equipos, bienes y personal necesario para la ejecución del contrato respectivo, de acuerdo con los requerimientos y necesidades del Canal.
9. La presente propuesta tendrá una validez de tres (3) meses.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 9 de 20

10. Manifiesto que cuento con el personal mínimo requerido para la prestación del servicio.

Atentamente,

Nombre o Razón Social del oferente: _____

NIT: _____

Nombre del Representante legal: _____

Documento de Identificación: _____


Dirección: _____

Teléfonos: _____

Correo Electrónico: _____

FIRMA: _____

C.C. _____

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 10 de 20

**FORMATO 2
COMPROMISO ANTICORRUPCIÓN - PACTO DE TRANSPARENCIA**

El(los) suscrito(s) a saber: (Nombre del representante legal de la sociedad, asociación o persona jurídica Oferente, o nombre del representante legal del consorcio o Unión Temporal Oferente) domiciliado en (Domicilio de la persona firmante), identificado con (Documento de Identificación de la persona firmante. y lugar de expedición), quien obra en calidad de (Representante legal de la Sociedad, del Consorcio, de la Unión Temporal, o de la Asociación oferente, si se trata de persona jurídica, caso en el cual debe identificarse de manera completa dicha Sociedad, Consorcio, Unión Temporal, o Asociación, indicando instrumento de constitución y haciendo mención a su registro en la Cámara de Comercio del domicilio de la persona jurídica), que en adelante se denominará EL OFERENTE, manifiesta(n) su voluntad de asumir, de manera unilateral las presentes Reglas de Participación, teniendo en cuenta las siguientes:

CONSIDERACIONES:

PRIMERO: Que TEVEANDINA LTDA. adelanta un proceso de **CONCURSO PÚBLICO No. 005 de 2019**, para la celebración de un contrato.

SEGUNDO: Que es interés de EL OFERENTE apoyar la acción del Estado colombiano, y del Canal para fortalecer la transparencia en los procesos de contratación, y la responsabilidad de rendir cuentas.

TERCERO: Que siendo del interés de EL OFERENTE participar en el proceso aludido en el considerando primero precedente, se encuentra dispuesto a suministrar la información propia que resulte necesaria para aportar transparencia al proceso, y en tal sentido suscribe el presente compromiso unilateral anticorrupción, que se regirá por las siguientes

CLÁUSULAS

PRIMERA. COMPROMISOS ASUMIDOS: EL OFERENTE, mediante suscripción del presente documento, asume los siguientes compromisos:

a. EL OFERENTE no ofrecerá ni dará sobornos ni ninguna otra forma de halago a ningún funcionario público en relación con su propuesta, con el proceso de contratación, ni con la ejecución del contrato que pueda celebrarse como resultado de su propuesta.


b. EL OFERENTE se compromete a no permitir que nadie, bien sea empleado de la compañía o un agente comisionista independiente, o un asesor o consultor lo haga en su nombre.

c. EL OFERENTE se compromete formalmente a impartir instrucciones a todos sus empleados, agentes y asesores, y a cualesquiera otros representantes suyos, exigiéndoles el cumplimiento en todo momento de las leyes de la República de Colombia, especialmente de aquellas que rigen el presente proceso y la relación contractual que podría derivarse de ella, y les impondrá las obligaciones de: **REGLAS DE PARTICIPACIÓN CONCURSO PÚBLICO No. 005 DE 2019.**

i) No ofrecer o pagar sobornos o cualquier halago a los funcionarios del Canal ni a cualquier otro servidor público o privado que pueda influir en la selección del proyecto, bien sea directa o indirectamente, ni a terceras personas que, por su influencia sobre funcionarios públicos, puedan influir sobre la aceptación de la propuesta;

ii) No ofrecer pagos o halagos a los funcionarios durante el desarrollo del contrato que se suscriba si llegase a ser aceptada su propuesta.

d. EL OFERENTE se compromete formalmente a no efectuar acuerdos, o realizar actos o conductas que tengan por objeto o como efecto la colusión en el presente proceso.


	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 11 de 20

EL OFERENTE asume a través de la suscripción del presente compromiso, las consecuencias previstas en la solicitud de oferta del proceso de contratación, si se verificare el incumplimiento de los compromisos anticorrupción.

En constancia de lo anterior, y como manifestación de la aceptación de los compromisos unilaterales incorporados en el presente documento, se firma el mismo en la ciudad de (Ciudad donde se firma el presente documento) a los (Día del mes en letras y números, días del mes de del año).

EL OFERENTE: (Nombre, número del documento de identificación y firma del oferente o su representante)

SUSCRIBIRÁN EL DOCUMENTO TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PARTE OFERENTE SI ES PLURAL (CONSORCIO O UNIÓN TEMPORAL), A TRAVÉS DE SUS REPRESENTANTES LEGALES.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 12 de 20

**FORMATO 3
CERTIFICACIÓN DE PAGO DE PARAFISCALES Y SEGURIDAD SOCIAL**

Señores
TEVEANDINA LTDA.
Ciudad

ASUNTO: CERTIFICACIÓN DE PAZ Y SALVO EN SEGURIDAD SOCIAL INTEGRAL, SALARIOS Y PARAFISCALES.


En mi calidad de (Revisor Fiscal / Representante Legal), certifico que la (Nombre de la empresa, entidad), con NIT _____, ha cumplido durante los seis (6) meses anteriores a la fecha de expedición de este documento, con el pago de salarios, aportes a los sistemas de salud, pensiones, riesgos profesionales, Cajas de compensación, ICBF y SENA, de acuerdo con las normas vigentes y con las demás obligaciones fiscales del orden regional y nacional.

Se suscribe este documento para el proceso de **CONCURSO PÚBLICO No. 005 de 2019**, a los ____ días del mes de _____ de 2019.

Atentamente,


NOMBRE _____
CARGO _____

(SI LA ENTIDAD CUENTA CON REVISOR FISCAL ANEXAR FOTOCOPIA DE LA CÉDULA, FOTOCOPIA DE LA TARJETA PROFESIONAL Y CERTIFICADO DE LA JUNTA CENTRAL DE CONTADORES.)

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 1 de 20

**FORMATO 4
INDICADORES FINANCIEROS**


INDICADOR	INTERVALOS	FÓRMULA	VALORES
CAPITAL DE TRABAJO	El capital de trabajo debe corresponder a un quince por ciento (15%) del presupuesto oficial	Activo corriente – pasivo corriente.	
ÍNDICE DE LIQUIDEZ	Tener a 31 de diciembre de 2018, un índice de liquidez mayor o igual a uno punto dos (1.2)	Activo Corriente / Pasivo Corriente > ó = 1.2	
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO	Tener a 31 de diciembre de 2018, un grado de compromiso del activo frente a los acreedores igual o inferior al (60%)	(Pasivo Total /Activo Total) < ó = 60%	
PATRIMONIO TOTAL	Tener a 31 de diciembre de 2018, Patrimonio Total que corresponda mínimo al quince por ciento (15%) del presupuesto oficial	Tener a 31 de diciembre de 2018, Patrimonio Total que corresponda mínimo al quince por ciento (15%) del presupuesto oficial	

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 1 de 20

**FORMATO 5
FORMATO DE INFORME SOBRE EXPERIENCIA**

No	Entidad Contratante	Nombre contratista	Objeto del Contrato	Valor en Pesos	Fecha Inicial	Fecha Terminación
1						
2						
3						
4						
TOTAL				\$		

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 1 de 20

**FORMATO 6
CONSTITUCIÓN CONSORCIO - UNIÓN TEMPORAL**

A. MODELO DE CARTA DE CONFORMACIÓN DE CONSORCIOS

Bogotá D. C., ____ de _____ de 2019

Señores
CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA LTDA.
Ciudad
REF: Proceso de Concurso Público No. 005 de 2019.

Apreciados Señores:

Los representantes _____ y _____, debidamente autorizados para actuar en nombre de _____ y _____, nos permitimos manifestar por este documento que hemos convenido asociarnos en CONSORCIO denominado _____ para participar en el presente proceso de selección, y por lo tanto manifestamos lo siguiente:

A.- La duración de este consorcio será igual al término de la ejecución del contrato, su liquidación y un (1) año más.

B.- El consorcio está integrado así:

RAZON SOCIAL DEL CONSORCIADO Y NIT	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN

C.- La responsabilidad de los integrantes del consorcio es solidaria, ilimitada y mancomunada.

D.- El representante del consorcio es _____, identificado con cédula de ciudadanía No _____ de _____, quien está expresamente facultado para firmar, presentar la propuesta y en caso de salir favorecidos en la selección, para firmar el contrato y tomar todas las decisiones que fueren necesarias al respecto, con amplias y suficientes facultades.


E.- Para todos los efectos el presente documento será considerado el único constitutivo del proponente asociativo.

En constancia se firma en _____ a los ____ días del mes de _____ de 2019

NOMBRE Y FIRMA
C.C. No.

NOMBRE Y FIRMA
C.C. No.

NOMBRE Y FIRMA
REPRESENTANTE LEGAL DEL CONSORCIO
C.C. No:

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 2 de 20

B. MODELO DE CARTA DE CONFORMACIÓN DE UNIÓN TEMPORAL

Bogotá D.C., ____ de _____ de 2019

Señores
CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA LTDA.
 Ciudad

REF: Proceso de Concurso Público No. 005 de 2019.

Apreciados Señores:

Los representantes _____, _____ y _____, debidamente autorizados para actuar en nombre de _____, _____ y _____, nos permitimos manifestar por este documento que hemos convenido constituir la UNIÓN TEMPORAL denominada _____ para participar en el presente proceso de selección, y por lo tanto manifestamos lo siguiente:

- A.-** La duración de esta UNIÓN TEMPORAL será igual al término de la ejecución, liquidación del contrato y un (1) año más
- B.-** La UNIÓN TEMPORAL está integrada por las siguientes personas que desarrollarán las actividades con los porcentajes de participación que a continuación se indican:

RAZON SOCIAL DEL INTEGRANTE Y NIT	ACTIVIDAD A EJECUTAR	% DE PARTICIPACIÓN


(*) Discriminar actividades por ejecutar, de parte de cada uno de los integrantes

- C.-** La responsabilidad de los integrantes de la UNIÓN TEMPORAL será solidaria.
 - D.-** El representante de la UNIÓN TEMPORAL es _____, identificado con cédula de ciudadanía No _____ de _____, quien está amplia y expresamente facultado para firmar, presentar la propuesta y en caso de salir favorecidos en la selección, para firmar el contrato y tomar todas las decisiones que fueren necesarias al respecto, con amplias y suficientes facultades.
 - E.-** Para todos los efectos el presente documento será considerado el único constitutivo del proponente asociativo.
- En constancia se firma en _____ a los ____ días del mes de _____ de 2019

NOMBRE Y FIRMA
C.C. No.

NOMBRE Y FIRMA
C.C. No.

NOMBRE Y FIRMA
REPRESENTANTE LEGAL DE LA UNIÓN TEMPORAL
C.C. No.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 3 de 20

**FORMATO 7
PONDERABLES
(Ponderación Económica - Ponderación elementos de calidad)**

A. PONDERACIÓN ECONÓMICA.

1. A continuación, indicar el **Porcentaje de descuento por servicios de divulgación. (20 puntos)**


Porcentaje de descuento por servicios de divulgación
_____ %

2. A continuación, indicar el valor de **FEE mensual** otorgado. **(20 puntos)**

Valor de FEE mensual
\$ _____

3. A continuación, indicar el porcentaje de descuento adicional en medios, el cual será aplicado a cada uno los ítems descritos a continuación, partiendo de la siguiente base: **Descuentos en medios (20 puntos)**

MEDIO	DESCUENTO	PORCENTAJE DE DESCUENTO ADICIONAL EN MEDIOS
TELEVISIÓN NACIONAL	20%	_____ %
TELEVISIÓN REGIONAL	25%	
RADIO NACIONAL	55%	
RADIO REGIONAL	60%	
RADIO COMUNITARIAS – REGIONALES INDEPENDIENTES	75%	
PRENSA NACIONAL	25%	
PRENSA REGIONAL	15%	

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 4 de 20

B. Ponderación elementos de calidad.

1. A continuación, indicar el porcentaje de **Bonificado y free press. (20 puntos)**

Partiendo de la base indicada a continuación: (10%)

CENTRAL DE MEDIOS	Bonificado y free press: 10%	PORCENTAJE DE BONIFICADO Y FREE PRESS _____ %
--------------------------	-------------------------------------	---

2. **Capacitación (5 puntos)** en temas relacionados con “ATL”, con una intensidad horaria de (8) horas, la cual deberá ser dictada por personal idóneo para ello.

MARQUE CON UNA (X)

SI	NO
_____	_____


3. **Certificados de estudios a los adicionales (5 puntos).** Dos certificaciones adicionales de estudios de medición a los solicitados inicialmente.

MARQUE CON UNA (X)

SI	NO
_____	_____
Indicar cuales (Adjuntar soportes):	
1. _____	
2. _____	


NOTA 1: El proponente deberá presentar carta del representante legal, donde garantice el manejo de cada una de las herramientas indicadas y señalando que cuenta con la disponibilidad de las mencionadas herramientas.

En el caso de consorcios o uniones temporales esta certificación deberá ser aportada por cualquiera de los integrantes.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 5 de 20

NOTA 2: Las certificaciones que sean expedidas deberán estar a nombre del proponente.

NOTA 3: Se deberán presentar las certificaciones expedidas por las empresas emisoras de dichos estudios.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	Código: MA-GC-F06
	GESTIÓN CONTRACTUAL	Versión: 4
	ESTUDIO DE CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD DE LA CONTRATACIÓN	Fecha: 24/02/2017
		Página: 6 de 20

**FORMATO 8
ESTÍMULO A LA INDUSTRIA NACIONAL COLOMBIANA**

Para efectos de la evaluación del factor referido a los servicios en apoyo a la industria nacional, me permito indicar el origen de los servicios ofrecidos, así:

ORIGEN DEL SERVICIO	SELECCIONAR (X)
NACIONAL	

PUNTAJE POR INCORPORACIÓN DE NACIONALES EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO EXTRANJERO	
CRITERIO DE EVALUACION	SELECCIONAR (X)
100% (Que la totalidad del recurso humano requerido para la prestación del servicio sea de origen nacional)	
100%(cuando el recurso humano requerido para la prestación del servicio incluye personal extranjero) -	

En todo caso nos obligamos a cumplir y mantener el ofrecimiento realizado en este documento en la ejecución del contrato, en caso de resultar adjudicatarios del proceso **SAMC-002-2019**, so pena de hacerme acreedor a las sanciones de ley contempladas en el contrato.

(NOTA: En caso de incluir dentro de mi oferta servicios con incorporación de componente nacional, garantizo que no disminuiré el porcentaje de incorporación en la ejecución del contrato.)

Atentamente,

Nombre o Razón Social del Proponente: _____

NIT _____

Nombre del Representante Legal: _____

C.C. No. _____ de _____

Dirección Comercial del Proponente _____

Teléfonos _____ Fax _____

Ciudad _____

FIRMA: _____

NOMBRE DE QUIEN FIRMA: _____