



	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 19


ÁREA RESPONSABLE	Gestión Comercial y de Proyectos.
1. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD	<p>El CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN TEVEANDINA LTDA. en adelante TEVEANDINA LTDA., tiene por objeto principal la prestación y explotación del servicio de televisión regional, de conformidad con los fines y principios del servicio de televisión establecidos en las Leyes 182 de 1995, 335 de 1996 y 680 de 2001 y, así mismo, presta, opera y comercializa el servicio público de televisión regional, para lo cual desarrolla las actividades enmarcadas en la producción, coproducción, programación, emisión y comercialización, y en general todas actividades que conducen al desarrollo del objeto social para el cual fue creada como Empresa Industrial y Comercial del Estado, con sujeción a las normas especiales legales vigentes de derecho privado.</p> <p>Mediante el Decreto 878 de 1998, que aprobó los Estatutos Internos y demás reformas estatutarias, se estableció que la Entidad tiene como actividades principales, el manejo, la explotación y la comercialización del servicio de televisión dentro del territorio nacional, e igualmente, la prestación de servicios de comercialización de espacios en medios de comunicación, así como en eventos desarrollados para los mismos.</p> <p>TEVEANDINA LTDA., desarrolla su actividad contractual enmarcada dentro de los postulados del derecho privado, así como las condiciones normativas indicadas en el artículo 37 de la Ley 182 de 1995, el artículo 14 de la Ley 1150 de 2007 modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011 y su Manual de Contratación adoptado mediante el Acuerdo 008 de 2017 y las normas que lo modifiquen o adicionen, y para el desarrollo de su objeto principal y el funcionamiento de la Entidad, es así que para el desarrollo de su objeto social puede suscribir contratos, convenios y contratos interadministrativos, entre otros, en los cuales se obliga a ejecutar proyectos relacionados con su objeto misional y demás actividades previstas en sus estatutos.</p> <p>Asimismo, en el marco del Acuerdo 008 de 2015, se realizó reforma a los Estatutos Internos del Canal, y mediante el artículo 6. estableció las actividades que el Canal podrá ejecutar en desarrollo de su objeto social, dentro de las cuales se consagraron: "(...) 16. <i>Suscribir convenios y/o contratos para prestar servicios de asesoría e implementación en materia de comercialización, mercadeo de espacios (en medios ATL, BTL y digitales) y posicionamiento de marca en medios de comunicación y demás actividades conexas (...)</i>".</p> <p>Así mismo, TEVEANDINA LTDA., podrá en desarrollo de su objeto social, suscribir contratos, convenios y contratos interadministrativos, entre otros, en los cuales se obliga a ejecutar proyectos relacionados con su objeto misional y demás actividades previstas en sus estatutos.</p> <p>En virtud de lo anterior, TEVEANDINA LTDA., ha suscrito diferentes Contratos y/o Convenios Interadministrativos, entre los cuales, se encuentra el Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019, suscrito con ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES, el cual tiene por objeto: "<i>Prestación de servicios para la planificación, creación, diseño, producción, ejecución de las campañas y planes de medios, que incluya la divulgación, educación, comunicación, posicionamiento y gestión reputacional de COLPENSIONES, para que los grupos de interés conozcan los productos y servicios de la entidad, así como su gestión, con el fin de generar una cultura de ahorro y protección en su retiro laboral, a través del Régimen de Prima Media (RPM) y/o programa Hoy y Mañana BEPS – Beneficios Económicos Periódicos</i>", el alcance al objeto comprende actividades como:</p>

	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 19


	<p>1. Las campañas requeridas deben estar alineadas a los objetivos y direccionamiento estratégico trazados por COLPENSIONES en RPM y BEPS, con el fin que los grupos de interés, adquieran una cultura de ahorro y protección para la vejez, haciendo parte del Régimen de Prima Media (RPM) o del programa Hoy y Mañana BEPS -Beneficios económicos periódicos.</p> <p>2. Asesorar, planificar, elaborar, gestionar, desarrollar e implementar estratégica e integralmente la producción de piezas y su correspondiente plan de medios de comunicación comunitarios, regionales, nacionales e internacionales, para la divulgación de contenidos técnicos, formativos, comunicativos, didácticos, educativos y los definidos por COLPENSIONES.</p> <p>3. Ejecutar en medios tradicionales, digitales y/o alternativos, campañas de información, comunicación, divulgación, educación, posicionamiento, gestión reputacional y los definidos por COLPENSIONES, que generen impacto de marca en el mercado y que estén diseñadas para cumplir con el objetivo propuesto por la entidad.</p> <p>TEVEANDINA LTDA., para adelantar la ejecución de las necesidades derivadas de sus clientes y de los Contratos Interadministrativos suscritos en virtud de su objeto social cuenta con su manual de contratación que permite la celebración de contratos, mediante la adopción de procesos de selección que garanticen la selección objetiva de contratistas y proveedores con los cuales se realice la adquisición de los bienes, obras y servicios requeridos; y así atender de manera competitiva y satisfactoria las necesidades de sus clientes y de los proyectos que se ejecutan en el marco de los convenios, a través de procesos simplificados.</p> <p>Por lo anterior, y para dar continuidad al cumplimiento de los compromisos señalados en el Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019, en especial en lo que compete a la gestión, desarrollo e implementación del plan de medios de comunicación, para la divulgación de contenidos técnicos, formativos, comunicativos, educativos, y teniendo en cuenta que mediante el Otrosí No.1 suscrito el 07 de abril de 2020 al mencionado Contrato Interadministrativo, fueron trasladados y redistribuidos los recursos no ejecutados en la vigencia 2019 a la presente vigencia con lo que el valor disponible para Central de Medios aumento de \$1.738.722.972 a \$2.591.654.520 para ser ejecutados en el 2020 haciendo necesario que TEVEANDINA LTDA., adelante un nuevo concurso público para contratar una empresa que preste el servicio de central de medios, con experiencia en sector para cumplir con el objeto ya descrito.</p> <p>Cabe mencionar que en 2019, se suscribió el contrato No. 492 de 2020 para la prestación este servicio, sin embargo a la fecha ya agotó la posibilidad de adicionarlo, en este momento cuenta con un valor disponible para ser ejecutado con corte al 31 de marzo de \$ 565.082.394,18, valor que no es suficiente para cubrir la necesidad actual del servicio.</p> <p>En consecuencia, la Entidad requiere realizar un proceso objetivo y transparente que permita escoger el proponente que acredite las calidades técnicas, financieras y jurídicas para llevar a cabo las necesidades del canal frente a los servicios de central de medios que debe cubrir en el marco del Contrato Interadministrativo No. 074 de 2019 suscrito entre TEVEANDINA LTDA. y ADMINISTRADORA COLOMBIANA DE PENSIONES – COLPENSIONES.</p>
2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN	<p>Prestar los servicios de análisis, difusión de estrategias y campañas, 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 con 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.</p> <p>ALCANCE AL OBJETO:</p> <p>El alcance del objeto del presente contrato comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La implementación y ejecución del plan de medios para la difusión de la información, con alcance nacional, que definan los escenarios de conveniencia y oportunidad a través de

	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 19

	<p>los cuales se deben implementar y emitir los diferentes mensajes teniendo en cuenta el público objetivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar los análisis de consumo y audiencias actualizadas al momento de implementar el plan de medios correspondiente. - Realizar las mediciones que sean requeridas. 												
3. OBLIGACIONES DEL FUTURO CONTRATISTA	<p>El CONTRATISTA se obliga con TEVEANDINA LTDA., a dar cumplimiento de las siguientes obligaciones y actividades:</p> <p>3.1 OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA:</p> <p>3.1.1. Obligaciones concernientes al FEE MENSUAL:</p> <p>1. El CONTRATISTA debe contar con el siguiente equipo humano mínimo, con capacidad para desempeñar los siguientes roles:</p> <p>a. <u>Coordinador de Medios:</u></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #2c5e8c; color: white;"> <th style="text-align: left;">FORMACIÓN</th> <th style="text-align: left;">EXPERIENCIA GENERAL</th> <th style="text-align: left;">EXPERIENCIA ESPECIFICA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;"><i>Profesional en comunicación social, mercadeo y publicidad, administración de empresas o carreras afines.</i></td> <td style="padding: 5px;"><i>Mínimo cinco (5) años de experiencia contados a partir de la fecha de terminación de materias o desde el título profesional y en los casos en los que la ley los establezca como obligatorio, se requerirá la tarjeta profesional y/o se contabilizara la experiencia a partir de la expedición de esta, en el área de comunicaciones, publicidad, servicio al cliente/usuario, planeación estratégica y medios.</i></td> <td style="padding: 5px;"><i>Cinco (5) años como director de cuentas y/o de medios en cargos que manejen medios de comunicación masivos o en centrales de medios.</i></td> </tr> </tbody> </table> <p>b. <u>Junior Campaign Manager:</u></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #2c5e8c; color: white;"> <th style="text-align: left;">FORMACIÓN</th> <th style="text-align: left;">EXPERIENCIA GENERAL</th> <th style="text-align: left;">EXPERIENCIA ESPECIFICA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;"><i>Profesional en Comunicación Social, Mercadeo y Publicidad, Administración de Empresas o carreras afines.</i></td> <td style="padding: 5px;"><i>Mínimo (3) años de experiencia contados a partir de la fecha de terminación de materias o desde el título profesional y en los casos en los que la ley los establezca como obligatorio, se requerirá la tarjeta profesional y/o se contabilizara la experiencia a partir de la expedición de esta en áreas de publicidad, mercadeo, comunicaciones o medios.</i></td> <td style="padding: 5px;"><i>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.</i></td> </tr> </tbody> </table> <p>Nota: Ninguna de las personas que se presenten como parte del equipo de trabajo podrá desarrollar de manera simultánea dos o más roles.</p> <p>Las demás obligaciones contenidas en el numeral 2.8.2. Obligaciones concernientes al FEE MENSUAL se mantienen incólumes.</p> <p>El equipo humano antes descrito debe llevar cabo las actividades relacionadas a continuación:</p> <p>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</p>	FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA	<i>Profesional en comunicación social, mercadeo y publicidad, administración de empresas o carreras afines.</i>	<i>Mínimo cinco (5) años de experiencia contados a partir de la fecha de terminación de materias o desde el título profesional y en los casos en los que la ley los establezca como obligatorio, se requerirá la tarjeta profesional y/o se contabilizara la experiencia a partir de la expedición de esta, en el área de comunicaciones, publicidad, servicio al cliente/usuario, planeación estratégica y medios.</i>	<i>Cinco (5) años como director de cuentas y/o de medios en cargos que manejen medios de comunicación masivos o en centrales de medios.</i>	FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA	<i>Profesional en Comunicación Social, Mercadeo y Publicidad, Administración de Empresas o carreras afines.</i>	<i>Mínimo (3) años de experiencia contados a partir de la fecha de terminación de materias o desde el título profesional y en los casos en los que la ley los establezca como obligatorio, se requerirá la tarjeta profesional y/o se contabilizara la experiencia a partir de la expedición de esta en áreas de publicidad, mercadeo, comunicaciones o medios.</i>	<i>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.</i>
FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA											
<i>Profesional en comunicación social, mercadeo y publicidad, administración de empresas o carreras afines.</i>	<i>Mínimo cinco (5) años de experiencia contados a partir de la fecha de terminación de materias o desde el título profesional y en los casos en los que la ley los establezca como obligatorio, se requerirá la tarjeta profesional y/o se contabilizara la experiencia a partir de la expedición de esta, en el área de comunicaciones, publicidad, servicio al cliente/usuario, planeación estratégica y medios.</i>	<i>Cinco (5) años como director de cuentas y/o de medios en cargos que manejen medios de comunicación masivos o en centrales de medios.</i>											
FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA											
<i>Profesional en Comunicación Social, Mercadeo y Publicidad, Administración de Empresas o carreras afines.</i>	<i>Mínimo (3) años de experiencia contados a partir de la fecha de terminación de materias o desde el título profesional y en los casos en los que la ley los establezca como obligatorio, se requerirá la tarjeta profesional y/o se contabilizara la experiencia a partir de la expedición de esta en áreas de publicidad, mercadeo, comunicaciones o medios.</i>	<i>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.</i>											

	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 19

	<p>los lineamientos de la marca enmarcados en el manual o exceda el presupuesto asignado para la ejecución del contrato.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>3.2.2 Obligaciones concernientes a la AGENCIA DE MEDIOS:</p> <p>1. Para las campañas se debe tener en cuenta:</p> <p>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.</p> <p>2. La creación de campañas comprende las siguientes actividades:</p> <p>a. Presentación argumentada para cada campaña de manera integral, la cual debe incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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). <p>3. Las campañas podrán ser de tipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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. ➤ Educativa, dando información pedagógica sobre la necesidad del ahorro para proteger la vejez de los colombianos. ➤ 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. ➤ Digital, donde la fortaleza sean los contenidos para redes sociales. <p>4. La creación del plan de medios comprende las siguientes actividades:</p>
--	--

	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 19

	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>f. Presentar la programación y distribución del presupuesto asignado para cada campaña y planes de medios.</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>i. Presentar para aprobación cada uno de los planes de medios a TEVEANDINA LTDA.</p> <p>j. Realizar la divulgación de la campaña creativa de acuerdo a cada uno de los planes de medios aprobados y programados por EL CLIENTE.</p> <p>k. Realizar todas las actividades necesarias para divulgar el plan de medios que apruebe EL CLIENTE, a través del supervisor del Contrato.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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> <p>p. Presentar el cronograma detallado de cada uno de los planes de medios solicitados por EL CLIENTE, a TEVEANDINA LTDA.</p> <p>q. Presentar flow por cada plan de medios.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
--	---

- 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%

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.

3.2.3 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.

	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 19

	CENTRAL DE MEDIOS	Bonificado y free press: 10%
	<p>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.</p>	
4. MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	<p>Dada la naturaleza y cuantía del objeto a contratar, y el artículo 31 del Manual de Contratación de TEVEANDINA LTDA. adoptado mediante el Acuerdo 008 de 2017 se concluye que la modalidad bajo la cual la Entidad debe adelantar el proceso de selección para la presente contratación es el "Concurso Público".</p> <p>Artículo 31 del Manual de Contratación:</p> <p style="padding-left: 40px;"><i>"(...) Artículo 31.- CONCURSO PÚBLICO, el cual establece que: "Es una modalidad por la cual, mediante la invitación pública y abierta dirigida a un número indeterminado de proponentes, se espera contar con la mejor oferta que satisfaga los intereses de TEVEANDINA LTDA., (...) 1. Para los procesos de contratación de mayor cuantía, salvo que se puedan adelantar a través del proceso de invitación cerrada. (...)"</i></p>	
5. ESTUDIO DE MERCADO	<p>La entidad realizó un estudio del sector, por consiguiente, se desarrolló el formato establecido al interior de la entidad de "Análisis del Sector", el cual se anexa al presente estudio.</p> <p>VER: ANEXO ANÁLISIS DEL SECTOR- ESTUDIO DE MERCADO.</p>	
6. REQUISITOS HABILITANTES	<p style="text-align: center;">6.1. Requisitos Habilitantes Jurídicos</p> <p>La entidad verificará que los proponentes que participen en el proceso de selección se encuentren capaces legalmente para obligarse a cumplir el objeto del contrato y que no estén incurso en inhabilidades o incompatibilidades que impidan la celebración del contrato, derivadas de la ley.</p> <p>En concordancia con lo anterior, en las reglas de participación se desarrollarán los requisitos jurídicos objeto de verificación.</p> <p style="text-align: center;">6.2. Requisitos Habilitantes Financieros</p> <p>El estudio financiero de las propuestas no tiene ponderación alguna, se efectúa con el fin de medir la fortaleza financiera del interesado, e indica si la propuesta está HABILITADA o NO HABILITADA.</p> <p>La entidad realizará la verificación de los requisitos habilitantes financieros de los proponentes individuales y los integrantes de los Proponentes Plurales.</p> <p>Para que un proponente se considere habilitado, se requiere que cumpla con los indicadores solicitados en el presente numeral.</p> <p>Toda la información financiera deberá ser presentada en moneda legal colombiana. Cada uno de los oferentes y de los integrantes del Consorcio o Unión Temporal (en caso de que la oferta sea presentada en esta modalidad), deberá adjuntar en su propuesta, la información tomada de los estados financieros a diciembre 31 de 2019, así:</p>	

	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 19

	<ul style="list-style-type: none"> • Estados financieros a 31 de diciembre de 2019 especificando el activo corriente, activo fijo, pasivo corriente y pasivo a largo plazo (Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados Integral, Flujo de Caja y Estado de Cambios en el Patrimonio) firmados por la oferente persona natural o por el Representante Legal de la persona jurídica, el contador, y revisor fiscal de la empresa (cuando aplique). • Certificación de los Estados Financieros según artículo 37 de la Ley 222 de 1995, firmados por la persona natural o el representante legal de la persona jurídica y el contador que haya preparado los estados financieros. • Dictamen de la revisoría fiscal (cuando aplique). • Revelaciones a los Estados Financieros. • Indicadores financieros, según FORMATO INDICADORES FINANCIEROS. • Certificados de vigencia de inscripción y antecedentes disciplinarios del Contador, y del Revisor Fiscal (cuando aplique), expedidos por la Junta Central de Contadores, con fecha no mayor a noventa (90) días calendario, anteriores a la fecha del cierre del presente proceso de contratación y fotocopia de la tarjeta profesional. • Declaración de renta del año gravable 2018. <p>Para el caso de las propuestas presentadas por proponentes plurales, cada uno de sus integrantes deberá allegar la misma documentación y requisitos mencionados, según corresponda.</p> <p>El oferente indicará su identificación tributaria e información sobre el régimen de impuestos al que pertenece, para lo cual aportará con la oferta copia del Registro Único Tributario (RUT); las personas jurídicas o naturales integrantes de un Consorcio o Unión Temporal acreditarán individualmente este requisito, cuando intervengan como responsables del impuesto sobre las ventas, por realizar directamente la prestación de servicios gravados con dicho impuesto. Lo anterior, conforme al artículo 368 del Estatuto Tributario, en concordancia con el artículo 66 de la Ley 488 de 1998, que adicionó el artículo 437 del mismo Estatuto. En caso de Consorcio o Uniones Temporales cada uno de sus integrantes deberá aportar el RUT.</p> <p>En caso de que el Consorcio o Unión Temporal sea adjudicatario de la contratación, procederá a adquirir un Número de Identificación Tributaria (NIT) y allegará la respectiva certificación.</p> <p>TEVEANDINA LTDA. Verificará la capacidad financiera y patrimonial de los oferentes que asegure a la Entidad la ejecución sin riesgos económicos del objeto a contratar, para lo cual debe cumplir con los siguientes rangos financieros:</p> <p>a. CAPITAL TRABAJO: Activo corriente – pasivo corriente.</p> <p>El capital de trabajo debe corresponder a un cincuenta por ciento (50%) del presupuesto oficial de la presente contratación para calificar como CUMPLE, de lo contrario será calificado con el término NO CUMPLE y su propuesta será rechazada.</p> <p>b. ÍNDICE DE LIQUIDEZ: Tener a 31 de diciembre de 2019, un índice de liquidez mayor o igual a uno punto cinco (1.5) para calificar como CUMPLE, de lo contrario será calificado con el término NO CUMPLE y su propuesta será rechazada, el cual se obtiene de la siguiente manera:</p> <p style="text-align: center;">Índice de Liquidez = Activo Corriente / Pasivo Corriente > ó = 1.5</p> <p>c. ENDEUDAMIENTO: Tener a 31 de diciembre de 2019, un grado de compromiso del activo frente a los acreedores igual o inferior al 60% para calificar como CUMPLE, de lo contrario será calificado con el término NO CUMPLE y su propuesta será rechazada. El presente rango se obtiene de la siguiente manera:</p> <p style="text-align: center;">Índice de Endeudamiento = (Pasivo Total / Activo Total) < ó = 60%</p> <p>d. PATRIMONIO TOTAL: Tener a 31 de diciembre de 2019, Patrimonio total que corresponda mínimo al ochenta por ciento (80%) del presupuesto oficial de la presente contratación. Para</p>
--	--



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 19

calificar como **CUMPLE**, de lo contrario será calificado con el término **NO CUMPLE** y su propuesta será rechazada.

NOTA: En el caso de los Consorcios o Uniones Temporales, los anteriores índices se calcularán sumando los correspondientes Activos y Pasivos de sus integrantes, ponderados de acuerdo con el porcentaje de participación de cada uno. Se deberá indicar la participación de cada uno de los integrantes de los Consorcios o Uniones Temporales.

Para aquellos índices que presenten números decimales se usara el método general de redondeo con la cifra decimal como se ve en el siguiente ejemplo:

1,45 = 1,5: Si el primer decimal es igual o mayor que 5 se redondea la cifra hacia arriba.
1,44 = 1,4: Si el primer decimal es igual o menor que 4 se redondea la cifra hacia abajo.

En caso de requerirse aclaraciones sobre los datos consignados en los diferentes anexos, TEVEANDINA LTDA. las solicitará, **para lo cual el oferente cuenta con el término perentorio que fije la entidad para proporcionarla** en el tiempo establecido para ello, so pena de rechazo de la oferta.

6.3. CAPACIDAD ORGANIZACIONAL


Los oferentes individuales como los integrantes que conformen los oferentes plurales, deberán acreditar una capacidad organizacional con el cumplimiento de los siguientes indicadores, los cuales miden el rendimiento de las inversiones y la eficiencia en el uso de activos del interesado.

INDICADOR	MARGEN SOLICITADO	REQUERIMIENTO
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	Utilidad Operacional/Patrimonio $\text{o} \times 100 > \text{o} = \text{al } 10\%$	La rentabilidad sobre el patrimonio, acreditada por el oferente debe ser <u>Mayor o igual a ≥ 0.10</u>
RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO	Utilidad Operacional/Activo Total $\text{x} 100 > \text{o} = \text{al } 5\%$	La rentabilidad sobre el activo total, acreditada por el oferente debe ser <u>Mayor o igual a $\geq 0,05$</u>


6.4. Requisitos Habilitantes Técnicos

6.5. Relación de experiencia o contratos ejecutados

La Entidad requiere que el proponente acredite la experiencia en mínimo dos (2) y máximo cuatro (4) certificaciones de contratos debidamente ejecutados, firmadas por el representante legal o persona competente del contratante, con dirección y teléfono para corroborar lo anterior, y que hayan sido ejecutados dentro de los **seis (6)** años anteriores a la fecha de cierre del proceso; **cuyo objeto del contrato esté relacionado o sea afín a la prestación de servicios de agencia de medios para la planeación y divulgación en diferentes medios de comunicación** y cuya sumatoria, sea igual o mayor al cien por ciento (100%) del presupuesto oficial asignado por la Entidad.

	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 19

	<p>En caso de que el proponente relacione en el FORMATO - EXPERIENCIA DEL PROPONENTE más de los cuatro (4) contratos requeridos, la Entidad tendrá en cuenta los cinco de mayor valor relacionados directamente con el objeto del presente proceso de selección.</p> <p>Para la verificación por parte de la entidad de los documentos solicitados, se debe diligenciar el FORMATO DE EXPERIENCIA, la información consignada debe ser consistente y estar debidamente soportada en las certificaciones a presentar.</p> <p>En el caso de los consorcios o uniones temporales, la experiencia se verificará de acuerdo con la sumatoria de las experiencias de cada uno de los integrantes, que la tengan de manera proporcional a su participación en el mismo.</p> <p>Si presentan certificaciones de experiencia ejecutadas como proponente plural, los certificados aportados deberán indicar los porcentajes de participación en las certificaciones aportadas y la evaluación se realizará en las mismas proporciones.</p> <p>Cuando el objeto del contrato que se pretende hacer valer como experiencia también se refiera a bienes o servicios diferentes a los requeridos por la Entidad, deberá establecerse en la respectiva certificación o acta de liquidación, el valor de cada uno de los bienes o servicios suministrados, para que la entidad realice la respectiva verificación de experiencia, con los elementos que guarden relación con los requisitos de la presente contratación.</p> <p>TEVEANDINA LTDA. se reserva el derecho de verificar la información suministrada por el proponente y de solicitar las aclaraciones que considere convenientes</p> <p>Los contratos verbales no serán tenidos en cuenta para acreditar experiencia.</p> <p>Los contratos verbales no serán tenidos en cuenta para acreditar experiencia. No serán válidas las certificaciones expedidas por el mismo contratista.</p> <p style="text-align: center;">6.5.1. Necesidad de Certificaciones de Experiencia y sus Características</p> <p>Por las características del objeto a contratar se requiere verificar que la experiencia de las certificaciones aportadas, así: <u>cuyo objeto del contrato esté relacionado o sea afín a la prestación de servicios de agencia de medios para la planeación y divulgación en diferentes medios de comunicación</u> para lo cual se exige aportar las certificaciones de los contratos que se pretender hacer valer, las cuales deberá contener como mínimo la siguiente información:</p>
--	--

	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 19

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de cada uno de los contratos. 2. Nombre o razón social del contratante. 3. Nombre o razón social del contratista. 4. Objeto del contrato. 5. Fecha de inicio (Indicar día, mes y año) 6. Fecha de terminación (Indicar día, mes y año). 7. Fecha de suscripción, (día, mes y año). 8. Plazo de ejecución 9. Cuantía o valor del contrato expresado en SMMLV. 10. La certificación debe venir debidamente suscrita por la persona facultada para expedir dicho documento. 11. Si la certificación incluye varios contratos, se deberán indicar los requisitos aquí exigidos para cada uno de ellos y se ponderará por contrato suscrito relacionado. 12. Si la certificación incluye el contrato principal con sus adiciones, se entenderá como un solo contrato certificado. 13. Porcentaje del valor que ejecutó como miembro de un Consorcio, Unión Temporal, Sociedad de Objeto Único, Empresa Unipersonal o Sociedades en general (Si es el caso). 14. Si se llegaren a presentar certificaciones de origen extranjero estas deberán cumplir con alguno de los siguientes aspectos: a) Consularización y apostillaje conforme con los presentes pliegos de condiciones; y b) Notariado en el país de origen <p>NOTAS:</p> <p>No se aceptarán auto certificaciones.</p> <p>No se tendrán en cuenta las certificaciones de contratos en ejecución.</p> <p>No se aceptan certificaciones con enmendaduras o que presenten inconsistencias.</p> <p>No serán válidas las certificaciones expedidas por el mismo contratista.</p> <p>La entidad no acepta que cada renovación automática de un contrato se cuente como un nuevo contrato, en razón que el contrato es uno solo y el hecho de prorrogarlo o adicionarlo no significa que se celebre un nuevo negocio contractual. De esta forma su cumplimiento se verifica desde el inicio hasta la culminación de este, entendiéndose que ha finalizado cuando ha terminado su última renovación.</p> <p>En el caso de certificaciones correspondientes a consorcios o uniones temporales, cada uno de sus integrantes deberá aportar por lo menos una certificación que cumpla con lo requerido, pero la unión temporal o consorcio en su conjunto deberá cumplir con las certificaciones. En todo caso deberán acreditar la experiencia total exigida en conjunto.</p> <p>En los contratos certificados que fueron ejecutados como miembro de consorcio, en unión temporal, sociedad de objeto único, empresa unipersonal o sociedades en general, deberá indicarse el porcentaje de participación de cada uno de ellos en dicho contrato, valor que debe discriminarse en pesos colombianos y será el que se aplique al proponente para verificar la experiencia teniendo en cuenta lo señalado en este numeral.</p> <p>En cada certificación, se debe señalar que el contratista cumplió satisfactoriamente.</p> <p>Cuando exista diferencia entre la información relacionada en el formato y la consagrada en los soportes presentados, o el formato no incluya información de la cual se aportó el soporte, se solicitará al proponente la aclaración de dicha información.</p> <p>Cuando se presenten certificaciones con prestación del servicio simultáneo, en la misma u otras entidades o empresas y de igual manera cuando se acredite la experiencia por contratos realizados en un mismo periodo de tiempo, la entidad tendrá en cuenta para efectos de la evaluación, todo el tiempo certificado, sin importar que se superpongan los periodos de tiempo.</p>
--	---



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 19

LAS COPIAS DE CONTRATOS, ACTAS DE LIQUIDACIÓN, RELACIÓN DE CONTRATOS, REFERENCIAS COMERCIALES, ENTRE OTROS, SÓLO SE ACEPTARÁN COMO DOCUMENTOS ACLARATORIOS DE LAS CERTIFICACIONES DE EXPERIENCIA Y CUMPLIMIENTO PRESENTADAS Y NO COMO DOCUMENTOS PARA ACREDITAR LA INFORMACIÓN EXIGIDA EN LAS MISMAS.

En caso de que una certificación incluya varios contratos, se contabilizará cada contrato certificado de manera individual.

En caso de que la experiencia requerida se encuentre englobada en un contrato general con un objeto diferente, la certificación deberá discriminar los montos específicos de cada experiencia acreditada.

En el evento en que el proponente no cuente con una certificación con toda la información antes descrita, podrá adjuntar la siguiente documentación:

La fecha de inicio de la ejecución del contrato se podrá acreditar con la copia del acta de iniciación, de la orden de iniciación o con el documento previsto en el contrato.

La fecha de terminación de la ejecución del contrato se podrá acreditar con copia del acta de terminación, acta de liquidación o con el documento previsto en el contrato.

Las fechas de suspensión o reanudación, se podrán acreditar con copia de las actas respectivas.

NOTA: No se aceptarán los documentos de soporte sin la certificación correspondiente.

Cada certificación por presentar como experiencia del oferente debe ser expedida por la entidad o empresa contratante, salvo en aquellos contratos en que la entidad contratante sea TEVEANDINA LTDA., en cuyo caso solamente se relacionará la información solicitada.

6.5.2. Experiencia para los Proponentes sin Domicilio ni Sucursal en Colombia

El valor de la sumatoria de los contratos presentados para acreditar la experiencia de los proponentes extranjeros sin sucursal y domicilio en Colombia debe ser igual o superior al CIEN POR CIENTO (100%) DEL PRESUPUESTO OFICIAL DEL PRESENTE PROCESO, en caso contrario la propuesta se evaluará como **NO HABILITADA**.

La conversión a valor presente para toda la información presentada se debe hacer con el valor del salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) en la fecha de terminación del contrato respectivo.

Utilizando la siguiente fórmula:

$$VP = \left(\frac{Vo}{SMLFT} \right) \times SMLFC$$

Dónde:

- VP = Valor presente de los Contratos Celebrados
Vo = Valor total de los contratos a la fecha de terminación
SMLFT = Salario mínimo mensual legal vigente a la fecha de terminación de los contratos
SMLFC = Salario mínimo mensual legal vigente a la fecha de cierre del presente proceso.

La información deberá ser presentada en moneda legal colombiana, en este orden, cuando el valor de los contratos esté expresado en monedas extranjeras, éste deberá convertirse en Pesos Colombianos, siguiendo el procedimiento que a continuación se describe:

- Si está expresado originalmente en Dólares de los Estados Unidos de Norte América; los valores se convertirán a pesos colombianos, utilizando para ello el valor correspondiente a la tasa representativa del mercado vigente en la fecha de apertura del presente proceso, certificadas por la superintendencia financiera.

Si está expresado originalmente en una moneda o unidad de cuenta diferente a dólares de los Estados Unidos de Norte América, deberá convertirse a esta moneda, utilizando para ello el valor correspondiente a la tasa de cambio vigente en la fecha de apertura del presente proceso. Hecho esto se procederá en la forma que señala el inciso anterior.

6.6. PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO

Para la ejecución del contrato se requiere el personal mínimo relacionado a continuación, para lo cual el PROPONENTE deberá manifestar en el **FORMATO - PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO** que cuenta con el personal mínimo solicitado por la Entidad para la ejecución del contrato.

Coordinador de Medios:

FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA
<i>Profesional en comunicación social, mercadeo y publicidad, administración de empresas o carreras afines.</i>	<i>Mínimo cinco (5) años de experiencia contados a partir de la fecha de terminación de materias o desde el título profesional y en los casos en los que la ley los establezca como obligatorio, se requerirá la tarjeta profesional y/o se contabilizará la experiencia a partir de la expedición de esta, en el área de comunicaciones, publicidad, servicio al cliente/usuario, planeación estratégica y medios.</i>	<i>Cinco (5) años como director de cuentas y/o de medios en cargos que manejen medios de comunicación masivos o en centrales de medios.</i>


Junior Campaign Manager:

FORMACIÓN	EXPERIENCIA GENERAL	EXPERIENCIA ESPECIFICA
<i>Profesional en Comunicación Social, Mercadeo y Publicidad, Administración de Empresas o carreras afines.</i>	<i>Mínimo (3) años de experiencia contados a partir de la fecha de terminación de materias o desde el título profesional y en los casos en los que la ley los establezca como obligatorio, se requerirá la tarjeta profesional y/o se contabilizará la experiencia a partir de la expedición de esta en áreas de publicidad, mercadeo, comunicaciones o medios.</i>	<i>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.</i>

Nota 1: Ninguna de las personas que se presenten como parte del equipo de trabajo podrá desarrollar de manera simultánea dos o más roles.

Nota 2: Para aquellos casos en lo que aplique la tarjeta profesional, esta deberá ser aportada y la experiencia se contará a partir de la fecha de expedición de esta.

El ADJUDICATARIO deberá presentar a la supervisión designada los documentos relacionados en el numeral **6.5.1** Documentos para acreditar la experiencia laboral y formación académica, en forma previa al inicio de ejecución del contrato, para que la supervisión valide el cumplimiento de las

	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: 14 de 19

	<p>calidades del equipo de trabajo mínimo requerido. <u>Garantizando que las personas que prestaran sus servicios corresponden a los perfiles presentados previamente en la oferta.</u></p> <p>Nota: La ENTIDAD se reserva el derecho de solicitar cualquier aclaración que considere necesaria, con el fin de verificar el cumplimiento de los requisitos de formación y experiencia solicitados para cada uno de los perfiles.</p> <p style="text-align: center;">6.6.1. Documentos para acreditar la experiencia laboral y formación académica:</p> <p>Para acreditar la formación académica y la experiencia del equipo mínimo de trabajo, deberán anexarse las certificaciones y documentos, que cumplan las siguientes condiciones:</p> <p>Para acreditar la formación académica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoja de vida. • Copia de la cédula de ciudadanía • Copia del acta de grado y/o diploma de grado profesional, técnico o tecnólogo. • Copia del acta de grado o diploma de posgrado, según corresponda. • Copia de la tarjeta o matrícula profesional vigente y antecedentes. (En caso de que la ley exija este requisito para ejercer la profesión). • Copia del documento de convalidación de los títulos obtenidos en el exterior, de conformidad con las disposiciones legales vigentes sobre la materia, según corresponda. <p>Para acreditar la experiencia, las certificaciones deberán ser expedidas por la empresa a quien se prestó el servicio y estas deben contener como mínimo la siguiente información:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Nombre o razón social del empleador o contratante b) Nombre o razón social del empleado o contratista c) Objeto del Contrato y/o funciones u obligaciones desempeñadas d) Fecha de iniciación y de terminación del contrato o plazo del contrato (día/ mes / año) e) Firma e identificación (nombre) de la persona que suscribe la certificación, quien debe estar debidamente facultada para expedir la certificación. <p>Para demostrar el cumplimiento de este requisito, además de la certificación, el proponente podrá adjuntar el contrato o acta de liquidación o documento que permita verificar las funciones y/o obligaciones desempeñadas, en caso de que los datos solicitados anteriormente no se encuentren completos en la certificación de experiencia, lo que permitirá que se extraiga la información requerida en el presente literal.</p> <p>Nota 1: Para efecto de contabilizar los años de experiencia general, NO se aceptan traslapos.</p> <p>Nota 2: El personal que se vincule para la ejecución del contrato dependerá administrativamente del contratista y no tendrá vínculo laboral con la TEVEANDINA LTDA. La entidad se reserva el derecho de solicitar el cambio de cualquier integrante del personal mínimo, en los siguientes eventos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por autorización o solicitud de TEVEANDINA LTDA. por intermedio del supervisor del contrato designado por ésta, cuando advierta que el desarrollo de sus actividades no es satisfactorio, o sus actuaciones atentan contra la buena relación con el contratante, o cause algún impacto negativo a la Entidad. • Por fuerza mayor o caso fortuito debidamente comprobados. • En el evento de enfermedad o vacaciones será reemplazado y sólo por el tiempo necesario.
--	--



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: 15 de 19

	<p>En caso de requerirse remplazo del recurso humano, se deberá contar con la aprobación por escrito del supervisor del contrato asignado por parte de TEVEANDINA LTDA.</p> <p>Los integrantes del equipo de trabajo podrán ser modificados a solicitud del contratista, siempre que cumpla con el mismo perfil exigido y ofrecido en su propuesta, previa aprobación del supervisor del contrato, y en los casos de fuerza mayor o caso fortuito, debidamente comprobados.</p> <p>6.7. Estudios especializados de audiencia en medición de medios de comunicación masiva.</p> <p>El oferente deberá aportar junto a su propuesta las certificaciones de estudio especializados que permitan entender, perfilar y planear sobre las diferentes audiencias relevantes para TEVEANDINA LTDA. a nivel nacional.</p> <p>Deberá acreditar el derecho de uso de los siguientes estudios de Medición:</p> <ul style="list-style-type: none">• IBOPE• EGM• TGI• ECAR• RAC <p>NOTA 1: El proponente deberá presentar carta del representante legal, donde garantice el uso de cada una de las herramientas mencionadas durante la ejecución del contrato.</p>																							
7. FACTORES DE PONDERACIÓN DE LA PROPUESTA	<p>Las Propuestas que sean evaluadas como hábiles para participar en el proceso serán calificadas de conformidad con lo previsto por en las reglas de participación, de acuerdo con los siguientes criterios:</p> <ol style="list-style-type: none">1. La ponderación se efectuará sobre los elementos de calidad y precio, de acuerdo con los criterios establecidos para cada uno de ellos.2. La ponderación se hará únicamente a las propuestas HABILITADAS en los aspectos de capacidad jurídica, condiciones de experiencia, y capacidad financiera y organizacional.3. Las propuestas serán ponderadas, teniendo en cuenta los siguientes factores sobre una asignación máxima total de 100 puntos, así: <table border="1"><thead><tr><th>CRITERIO</th><th>DISTRIBUCIÓN</th><th>MÁXIMO</th></tr></thead><tbody><tr><td colspan="3">7.1 Ponderación Económica</td></tr><tr><td>7.1.1 Porcentaje de descuento por servicios de divulgación.</td><td>20</td><td rowspan="3">60</td></tr><tr><td>7.1.2 FEE mensual</td><td>20</td></tr><tr><td>7.1.3 Descuentos en medios</td><td>20</td></tr><tr><td colspan="3">7.2 Ponderación elementos de calidad</td></tr><tr><td>7.2.1 Bonificado y free press</td><td>20</td><td rowspan="3">30</td></tr><tr><td>7.2.2 Capacitación</td><td>5</td></tr><tr><td>7.2.3 Estudios de medición adicionales a los mínimos requeridos</td><td>5</td></tr></tbody></table>	CRITERIO	DISTRIBUCIÓN	MÁXIMO	7.1 Ponderación Económica			7.1.1 Porcentaje de descuento por servicios de divulgación.	20	60	7.1.2 FEE mensual	20	7.1.3 Descuentos en medios	20	7.2 Ponderación elementos de calidad			7.2.1 Bonificado y free press	20	30	7.2.2 Capacitación	5	7.2.3 Estudios de medición adicionales a los mínimos requeridos	5
CRITERIO	DISTRIBUCIÓN	MÁXIMO																						
7.1 Ponderación Económica																								
7.1.1 Porcentaje de descuento por servicios de divulgación.	20	60																						
7.1.2 FEE mensual	20																							
7.1.3 Descuentos en medios	20																							
7.2 Ponderación elementos de calidad																								
7.2.1 Bonificado y free press	20	30																						
7.2.2 Capacitación	5																							
7.2.3 Estudios de medición adicionales a los mínimos requeridos	5																							

7.3 Estímulo a la industria nacional colombiana

7.3.1. Servicio Nacional	10	10
7.3.2. Servicio Extranjero con componente nacional	5	
Total		100

7.4 EVALUACIÓN FACTOR ECONÓMICO (60 puntos)

7.4.1 Porcentaje de descuento por servicios de divulgación. (20 puntos)

Se otorgarán 20 puntos al proponente que conceda el mayor porcentaje de descuento a TEVEANDINA LTDA., sobre el valor que el proponente facture por los servicios de divulgación. A las demás ofertas se les aplicará regla de tres.

Nota 1: El porcentaje de descuento NO podrá ser inferior al (3%).

Nota 2: La base para aplicar el porcentaje de descuento será el valor facturado por cada uno de los medios.

Nota 3: El porcentaje de descuento otorgado debe discriminarse en la factura emitida por la Agencia a TEVEANDINA LTDA.

7.4.2 FEE mensual (20 puntos)

Se otorgarán 20 puntos al proponente que otorgue el menor valor de FEE mensual. A las demás propuestas se les aplicará regla de tres.

7.4.3 Descuentos en medios (20 puntos)

Se otorgarán 20 puntos al proponente que conceda el mayor porcentaje de descuento adicional, el cual será aplicado a cada uno los ítems y descuentos descritos a continuación, partiendo de la siguiente base:

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%

Nota 1: El porcentaje de descuento otorgado será aplicado a cada uno de los ítems indicados en la tabla antes relacionada.

Nota 2: El porcentaje de descuento será aplicado sobre los porcentajes indicados en la tabla antes relacionada.



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: 17 de 19

Nota 3: A las demás se les aplicará regla de tres.

7.5 EVALUACIÓN FACTOR CALIDAD

7.5.1 Bonificado y free press (20 puntos)

Se otorgarán 5 puntos al proponente que conceda el mayor porcentaje de bonificado y free press, partiendo de la base indicada a continuación:

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

7.5.2 Capacitación (5 puntos)

Se otorgarán 5 puntos al proponente que brinde una capacitación en temas relacionados con "ATL", con una intensidad horaria de (8) horas, deberá ser dictada por personal idóneo para ello.

7.5.3 Certificados de estudios a los adicionales (5 puntos)

Se otorgarán (5) puntos a la propuesta que indique en el formato dispuesto para ello, que durante la ejecución del contrato otorgará dos (2) estudios de medición adicionales a los mínimos requeridos. (Debe indicar cuales son los estudios adicionales ofertados).

7.6 APOYO INDUSTRIA NACIONAL – MÁXIMO 10 PUNTOS (FORMATO No. 06)

Se entiende que un servicio es nacional si es prestado por una persona jurídica constituida en el país; lo cual será verificado con el certificado de existencia y representación legal, si el domicilio de la persona jurídica está dentro del territorio nacional.

Se entiende como servicio extranjero con componente nacional la vinculación de personas naturales o jurídicas que presten servicios profesionales, técnicos u operativos, para realizar esta verificación, la empresa deberá ser extranjera y el personal que preste el servicio en Colombia, deberá ser nacional.


Para obtener alguno de los puntajes dispuestos en la Ley 816 de 2003, el proponente deberá diligenciar y allegar junto con la propuesta el **FORMATO - APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL**, debidamente suscrito por el respectivo representante legal, para obtener el puntaje previsto para el presente criterio de calificación.

El proponente que omita la presentación del **FORMATO - APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL** o que no acredite ni presente con la propuesta los documentos requeridos para que se le de tratamiento de servicios nacionales no obtendrá puntaje por este criterio.


De acuerdo con lo declarado y acreditado por el oferente, se otorgarán los siguientes puntajes:

APOYO A INDUSTRIA NACIONAL	PUNTAJE MÁXIMO
SERVICIOS DE ORIGEN NACIONAL – ACUERDOS COMERCIALES Y TRATADOS INTERNACIONALES	10
SERVICIOS DE ORIGEN EXTRANJERO CON COMPONENTE NACIONAL	5
SERVICIOS EXTRANJEROS	0

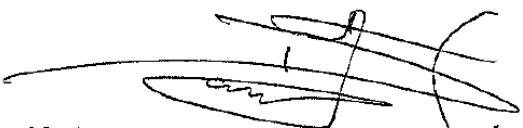
Son bienes nacionales los bienes inscritos en el Registro de Productores de Bienes Nacionales – RPBN–. Son servicios nacionales aquellos prestados por personas naturales colombianas o

	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: 18 de 19

	<p>residentes en Colombia o por personas jurídicas constituidas de conformidad con la legislación colombiana.</p> <p>Para el RPBN son bienes nacionales: (i) aquellos totalmente obtenidos en el territorio colombiano; (ii) los bienes elaborados en el país con materiales nacionales; y, (iii) bienes que hayan sufrido una transformación sustancial en función de un porcentaje mínimo de Valor Agregado Nacional o un proceso productivo sustancial.</p> <p>El RPBN es administrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Puede ser solicitado y consultado en la Ventanilla Única de Comercio Exterior; y, utiliza la clasificación arancelaria de los bienes.</p> <p>En consecuencia, los puntos para la promoción de los bienes nacionales sólo deben concederse al proponente si éste cuenta con el respectivo RPBN para los bienes que ofrece, para lo cual debe allegar con su oferta el FORMATO - APOYO A LA INDUSTRIA NACIONAL debidamente diligenciado junto con el RPBN correspondiente.</p> <p>La entidad dará trato nacional a: (i) los bienes de otros Estados con los cuales exista un Acuerdo Comercial aplicable al Proceso de Contratación; (ii) a los bienes respecto de los cuales exista trato nacional por reciprocidad. Las certificaciones de trato nacional por reciprocidad están disponibles en la página web de Colombia Compra Eficiente (http://www.colombiacompra.gov.co/certificaciones-de-trato-nacional-por-reciprocidad).</p>												
8. FORMA DE ADJUDICACIÓN	El proceso se adjudicará por el presupuesto oficial estimado al proponente que resulte habilitado técnica, jurídica y financieramente, y que obtenga el mayor puntaje.												
9. PRESUPUESTO OFICIAL ESTIMADO Y FUENTE DE LOS RECURSOS	El presupuesto para la presente contratación asciende a la suma de hasta: SEISCIENTOS VEINTICUATRO MILLONES OCHOCIENTOS CUARENTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS VEINTISIETE PESOS M/CTE (\$ 624.846.427) incluido IVA y todos los costos e impuestos a que haya lugar; este valor atiende a la proyección de las necesidades y los recursos destinados en medio del plan operativo del contrato Interadministrativo N° 074 de 2019 suscrito entre TEVEANDINA LTDA., y COLPENSIONES.												
10. PLAZO y LUGAR DE EJECUCIÓN	<p>El plazo de ejecución será hasta el 09 de julio de 2020 o hasta agotamiento de la partida presupuestal, lo primero que ocurra, a partir de la suscripción del acta de inicio, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato</p> <p>El lugar de ejecución del presente contrato será a nivel nacional.</p> <p>Sin embargo, se entenderá como domicilio contractual la ciudad de Bogotá D.C.</p>												
11. EXIGENCIA DE GARANTÍAS	<p>Serán exigidas las siguientes garantías de:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>AMPARO</th> <th>PORCENTAJE</th> <th>BASE</th> <th>VIGENCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cumplimiento del contrato</td> <td>20%</td> <td>Valor del contrato</td> <td>Vigente por el plazo de ejecución del contrato y 06 meses más, contados a partir de la fecha de expedición de la póliza de manera correcta.</td> </tr> <tr> <td>Calidad del servicio</td> <td>20%</td> <td>Valor del contrato</td> <td>Vigente por el plazo de ejecución del contrato y 06 meses más, contados a partir de la fecha de expedición de la póliza de manera correcta.</td> </tr> </tbody> </table>	AMPARO	PORCENTAJE	BASE	VIGENCIA	Cumplimiento del contrato	20%	Valor del contrato	Vigente por el plazo de ejecución del contrato y 06 meses más, contados a partir de la fecha de expedición de la póliza de manera correcta.	Calidad del servicio	20%	Valor del contrato	Vigente por el plazo de ejecución del contrato y 06 meses más, contados a partir de la fecha de expedición de la póliza de manera correcta.
AMPARO	PORCENTAJE	BASE	VIGENCIA										
Cumplimiento del contrato	20%	Valor del contrato	Vigente por el plazo de ejecución del contrato y 06 meses más, contados a partir de la fecha de expedición de la póliza de manera correcta.										
Calidad del servicio	20%	Valor del contrato	Vigente por el plazo de ejecución del contrato y 06 meses más, contados a partir de la fecha de expedición de la póliza de manera correcta.										

	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: 19 de 19

	Pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales	5%	Valor del contrato	Vigente por el plazo de ejecución del contrato y 3 años más, contados a partir de la fecha de expedición de la póliza de manera correcta.
12. FORMA DE PAGO	<p>El CONTRATO adjudicado será pagado como se describe a continuación:</p> <p>Pagos mensuales o por fracción de mes, de acuerdo con las ordenaciones servicios efectivamente prestados, de conformidad con las actividades previstas y ejecutadas en las respectivas vigencias, previa presentación por parte del CONTRATISTA de las facturas y documentos soporte solicitados por el supervisor del contrato.</p> <p>PARÁGRAFO 1: Todos los pagos se efectuarán dentro de los (45) días siguientes a la radicación de la factura o documento equivalente, acompañada de la certificación de cumplimiento a satisfacción expedida por el supervisor designado por la Entidad y los demás soportes, en la Coordinación de Contabilidad de TEVEANDINA LTDA., allí se efectuarán hará las retenciones tributarias a que haya lugar, de conformidad con las disposiciones legales vigentes.</p> <p>PARAGRAFO 2: La legalización y radicación de la factura será en la sede de la Entidad (Avenida el Dorado, Carrera 45 No. 26-33).</p> <p>Los soportes requeridos para el pago son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facturas de los medios contratados. • Certificados de emisión, publicación, cubrimiento y pautas de los diferentes medios contratados. • Página 2 de 12 • Soportes físicos y digitales de cada servicio prestado por medios contratados. • Flow de cada servicio contratado. • Factura del proponente de los servicios prestados y contratados. 			
13. RIESGOS	<p>En aplicación a lo indicado en el Manual de Contratación de TEVEANDINA LTDA, Acuerdo No. 008 de 2017, en su artículo 32 dispone la estimación de riesgos y en consideración que el Manual para la identificación y cobertura del riesgo en los procesos de contratación M-ICR-01 expedido por Colombia Compra Eficiente no es de obligatorio cumplimiento para esta entidad, pero al tener una metodología clara para la identificación de los riesgos se dará aplicación a lo consignado en él, de conformidad con la Matriz que con este propósito se establece:</p> <p>Ver: ANEXO MATRIZ DE RIESGOS</p>			

<p>FIRMA SOLICITANTE:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>DANIEL HERRERA TORRES Supervisor de proyectos (Contratista) TEVEANDINA LTDA.</p>	<p>FECHA: 14 de abril de 2020</p>
--	--

Proyectó: Daniel Herrera Torres. – Supervisor (Contratista) *DHT*
 Revisó: Ixayana Ramírez Cristancho. – Abogada (Contratista) *e.c.*
 Aprobó: Pilar Rocío Rojas Barrero. – Líder de Supervisión. *PJR*