32.-
Fusagasugá, 2019-06-27

INVITACIÓN PÚBLICA N° 022 DE 2019

OBJETO: PRESTAR LOS SERVICIOS COMO AGENCIA DE MEDIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA, EN LA DIFUSIÓN DE LA GESTIÓN, PLANES, PROGRAMAS, PROYECTOS, EVENTOS Y DEMÁS EVENTOS ACADÉMICO – INSTITUCIONALES DE LA UNIVERSIDAD, CON EL FIN DE FORTALECER Y POSICIONAR SU IMAGEN INSTITUCIONAL

Respuestas Observaciones Financieras y aclaraciones a los Términos de Referencia – Invitación Publica N°022 de 2019

De acuerdo a las Observaciones a los términos de referencia, allegadas al correo electrónico de la Oficina de Compras y en cumplimiento con el Modulo N° I.- ASPECTOS GENERALES numeral 12.- CRONOGRAMA DE LA INVITACION PÚBLICA, a continuación se relacionan las respuestas a las observaciones a los términos de referencia en virtud y cumplimiento con lo dispuesto en el Artículo 69 de la Constitución Política de Colombia y en concordancia con los artículos 28 y 29 de la Ley 30 de 1992, en donde se plasma el principio de Autonomía Universitaria, la Universidad de Cundinamarca ha expedido su propio estatuto de contratación, Acuerdo 012 del 27 de Agosto de 2012 y su propio Manual de Contratación, Resolución Rectoral N° 206 de noviembre de 2012 y sus modificaciones y ajustes contemplados en la Resolución Rectoral N° 170 de Noviembre de 2017, en la cual se contemplan todos los requisitos para llevar a cabo una contratación con la Universidad de Cundinamarca, razón por la cual debemos ceñirnos a la citada norma, de la siguiente forma:

1. UNIVERSAL GROUP

a) *"...Agradecemos a la Entidad corregir los códigos que solicitan, ya que los mencionados en el pliego van hasta el segundo nivel y el RUP los contempla hasta el tercer nivel..."*

b) *"...Solicitamos a Entidad aclara cual es plazo de ejecución del proyecto..."*

c) *"...Solicitamos amablemente a la Entidad ajustar y establecer las necesidades de la oferta económica para el desarrollo del plan de medios, entendiendo que los medios solicitados (impresos y digitales, nacionales y regionales) tienen un valor diferente a la hora de ser contratados con cada medio, para lo cual seguir lo establecido en el Anexo 3, de ofrecer el mismo valor para medios nacionales como regionales, impresos y digitales, está fuera de las realidades*

comportamentales del mercado, ya que no tiene el mismo valor un comercial en televisión nacional y regional; dichos costos tienen grandes diferencias..."

d) *"...pedimos amablemente a la entidad, nos indique en donde se encuentra el estudio de mercado que realizaron para establecer las condiciones técnicas y el valor de la propuesta económica de los términos de referencia..."*

En atención a sus observaciones allegadas al correo electrónico institucional de la Oficina de Compras el día 21 y 25 de junio de 2019, se da respuesta de la siguiente forma:

RTA a): Una vez analizado el cambio propuesto y en aras de garantizar la selección objetiva y la pluralidad de oferentes la Universidad de Cundinamarca **NO ACOGE** la observación y mantiene lo estipulado en los términos de referencia Invitación N°022 de 2019 (NUMERAL 3- REQUISITOS TÉCNICOS HABILITANTES -TEM 2, Registro Único de Proponentes)

RTA b): De acuerdo a los términos de la Invitación 022, Modulo III DEL CONTRATO, NUMERAL 2, el término de ejecución del contrato será de 7 meses y/o hasta el agotamiento del presupuesto.

RTA c): La entidad **ACOGE** la observación por lo que se verá reflejada en la Adenda 01, modificación al Anexo 03- Formato de Propuesta Económica.

RTA d): En atención a su solicitud se informa que la respuesta se encuentra contenida el oficio adjunto y emitido el área técnica, Jefe de Comunicaciones de la Universidad de Cundinamarca.

2. SOMOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN S.A.

a) *"...En el formato No. 3 FORMATO PROPUESTA ECONOMICA en la unidad de medida no se especifican características como tamaño, color, ubicación y estos datos son necesarios para determinar el valor de un aviso en medios impresos y al igual en medios como televisión y radio necesitaríamos la duración de los mensajes o comerciales para determinar igualmente el valor de los mismos..."*

b) *"...En la columna MEDIO no se especifica tampoco si es nacional o regional y esto varia en el valor pues un aviso en medio impreso o en radio y televisión tienen un valor más grande cuando la publicación del aviso es a nivel nacional y bastante menor cuando es a nivel local o regional. Por esto es necesario aclarar pues un proponente puede dar un valor de medio local o regional para que su propuesta sea más económica y no cumplir con la posibilidad de que sea medio de cubrimiento nacional..."*

c) *"...En el numeral 3 REQUISITOS TECNICOS HABILITANTES en el punto 2 Registro Único de Proponentes RUP se mencionan 4 códigos a nivel de grupo y segmento y pedimos que los proponentes que tengan certificaciones en más de 2 de estos códigos sean habilitados para presentar sus propuestas..."*

En atención a sus observaciones allegadas al correo electrónico institucional de la Oficina de Compras el día 25 de junio de 2019, se da respuesta de la siguiente forma:

RTA a): La entidad **ACOGE** la observación por lo que se verá reflejada en la Adenda 01, modificación al Anexo 03- Formato de Propuesta Económica.

RTA a): La entidad **ACOGE** la observación por lo que se verá reflejada en la Adenda 01, modificación al Anexo 03- Formato de Propuesta Económica.

RTA c): La entidad **ACOGE** la observación, por lo que se verá reflejada en la Adenda 01.

Sin otro en particular,

RICARDO ANDRES JIMENEZ NIETO
Director Bienes y Servicios
Universidad de Cundinamarca

Proyectó: Nathalia Rodríguez Núñez Profesional I Oficina de Compras.	Vo. Bo. Jefatura de Compras

32.1.4-46.13.-

UDEC
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
-FUSAGASUGÁ-

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
Vicerrectoría Financiera y Administrativa
Dirección de Bienes y Servicios
Oficina de Compras
Fecha: 27 JUN 2019
Hora: 2:00 pm
Fir
N° Folio: 4

14.

Fusagasugá, 2019 – 06 – 27

Doctora
JENNY ALEXANDRA PEÑALOZA MARTÍNEZ
Jefe Oficina de Compras
Universidad de Cundinamarca.
Fusagasugá

Asunto: Respuesta - Observaciones a los términos de la invitación 022 de 2019.

Teniendo en cuenta el oficio radicado el día 25 de junio de 2019, mediante el cual solicita que se realice la respuesta a las observaciones de la invitación 022 de 2019 que tiene por objeto : "PRESTAR LOS SERVICIOS COMO AGENCIA DE MEDIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA EN LA DIFUSIÓN DE LA GESTIÓN, PLANES, PROGRAMAS, PROYECTOS, EVENTOS Y DEMÁS EVENTOS ACADÉMICOS – INSTITUCIONALES DE LA UNIVERSIDAD CON EL FIN DE FORTALECER Y POSICIONAR SU IMAGEN INSTITUCIONAL".

Me permito dar respuesta a las observaciones presentadas por KATHERINNE CARRILLO HERRERA, coordinadora de contratación pública de UNIVERSAL GROUP (Observaciones 1 y 2)

Observación 1

Para atender su observación se amplía información en el anexo 3 – Formato Propuesta Económica.

Observación 2

Estudio de mercadeo para establecer las condiciones técnicas y el valor de la propuesta económica de los términos de referencia. (Basado en cotizaciones con diferentes medios de comunicación con cobertura local y nacional)

Unidad de medida	Tipo **de medio**	**Observación**	**Inversión promedio aproximada**
18 (Dieciocho) avisos de media	Periódico local de Cundinamarca (Fusagasugá,	A blanco y Negro	$20.000.000

página a blanco y negro	Soacha, Girardot, Chía, Zipaquirá)		
1 (Un aviso)	Periódico con cobertura nacional – (El Tiempo o El Espectador)	3 columnas por 20 centímetros. (Tamaño mínimo)	$18.000.000
8 (ocho minutos) en noticiero emitido en canal de televisión con cobertura nacional	Noticiero emitido en canal con cobertura nacional – emisión tarde o noche	Sección patrocinada de un minuto cada 15 días, durante 4 meses.	$25.000.000
1 (Un aviso) en Internet	Portal Web de noticias con reconocimiento y posicionamiento en Colombia. Reporte más de 100 mil visitantes al mes.	Tamaño: **468×60 pixeles (Como mínimo puede ser más grande)**	$10.000.000
60 (sesenta) cuñas radiales de 20 segundos cada una en emisoras locales (Fusagasugá y Girardot)	Emisoras locales con posicionamiento regional. Emisión de noticias entre semana, unidas al noticiero.	Cuñas de 20 segundos de duración	$18.000.000
3 (tres) notas periodísticas emitidas en noticiero de televisión local de Fusagasugá o Girardot.	Noticiero local posicionado en el municipio. (A nivel local)	Notas periodísticas de un minuto de duración cada una.	$3.000.000
10 cuñas radiales en emisora con cobertura nacional	Noticiero posicionado en Colombia	Cuñas de 20 segundos de duración	$10.000.000

Respuesta a las observaciones de Alirio Galvis, representante legal de SOMOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN S.A.

Observación 1 y 2 tienen respuesta en la ampliación al Anexo 3 – Formato Propuesta Económica.

UDEC
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
-FUSAGASUGÁ-

Cordialmente,

CAROLINA MELO RODRÍGUEZ
Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

Transcriptor: Carolina Melo Rodríguez
32.1-41.1

NOTA: Se adjunta el ANEXO 3 – Formato Propuesta Económica que comprende tres folios útiles con la ampliación de las especificaciones técnicas

ANEXO 3

FORMATO PROPUESTA ECONÓMICA

FECHA: _____

PROPONENTE: _____

ITEM	Descripción	Cantidad y Tamaño y/o duración	Frecuencia	Medio	Valor Unitario	IVA	Valor total
1. **Prensa Escrita Local**	Difusión de información institucional en: Periódicos de circulación local en Fusagasugá. Duración: Por tres meses en cada periódico **Nota**: La Universidad entregará el aviso a publicar.	Tres avisos en tres periódicos diferentes. Media página en cada uno a blanco y negro.	Mensual	Periódicos de circulación local en Fusagasugá.			
	Difusión de información institucional en periódico local por dos meses. Un aviso cada mes. **Nota**: La Universidad entregará el aviso a publicar.	Dos avisos. Tamaño: Media página interna a blanco y negro	Mensual	Periódico de circulación local en Soacha			
	Difusión de información institucional en periódico local por tres meses. Un aviso cada mes. **Nota**: La Universidad entregará el aviso a publicar.	Tres avisos de Media página. A blanco y negro.	Mensual	Periódico de circulación local en Girardot			
	Difusión de información institucional en periódico local por dos meses. Un aviso cada mes. **Nota**: La Universidad entregará el aviso a publicar.	Dos avisos de Media página interna a blanco y negro	Mensual	Periódico de circulación local en Chía			
	Difusión de información institucional en periódico local por dos meses. Un aviso cada mes. **Nota**: La Universidad entregará el aviso a publicar.	Dos avisos de Media página interna a blanco y negro	Mensual	Periódico local de circulación en Zipaquirá			
2. **Prensa Escrita Nacional**	Difusión de información institucional en periódico de cobertura nacional	Un aviso de 3 columnas por 20 centímetros (Medida mínima, puede ser mayor	Una salida – fecha fijada para el especial de educación que tenga el medio de comunicación.	El Tiempo o El Espectador			

	(El Tiempo o El Espectador) **Nota**: La Universidad entregará el aviso a publicar.	el tamaño) a 2 tintas					
3. **Televisión Nacional**	Patrocinio de un minuto en un noticiero de un canal con cobertura nacional (Ejemplo: sección patrocinada como la que hace Bancolombia en el noticiero Caracol). Nota: La Oficina Asesora de Comunicaciones se encarga de entregar el material.	Nota en video de Un minuto	2 salidas mensuales cada una de un minuto. En total 8 salidas, es decir 8 minutos en televisión con cobertura nacional.	Noticiero de un canal con cobertura nacional. Horario: Medio día o noche			
4. Medios Digitales	Aviso en internet en un portal web de noticias – sección educación Nota: La Oficina Asesora de Comunicaciones se encarga de entregar el aviso.	Aviso digital con un tamaño de: 468×60 pixeles (Como mínimo puede ser más grande)	Durante un mes	Portal de noticias con registro de más de 100 mil visitantes al mes.			
5. Radio Local	Cuña radial en emisora local en Fusagasugá. Nota: La Oficina Asesora de Comunicaciones se encarga de entregar el material.	Emisión de 30 cuñas cada una de 20 segundos.	Los días jueves y viernes. Horario: Tarde	**Emisora local con buen reporte de audiencia en Fusagasugá.**			
	Cuña radial en emisora local en Girardot Nota: La Oficina Asesora de Comunicaciones se encarga de entregar el material.	Emisión de 30 cuñas cada una de 20 segundos.	Los días jueves y viernes. Horario: Tarde	Emisora local con buen reporte de audiencia en Girardot.			
6. Radio Nacional	Cuña radial en emisora con cobertura nacional. La Oficina Asesora de Comunicaciones se encarga de entregar el material.	Emisión de 10 cuñas cada una de 20 segundos.	Última semana de octubre de 2019. El horario de emisión debe ser en el horario de 6 a.m. a 12m entre semana.	Noticiero radial emitido por emisora con cobertura nacional			
7. TV Local	Emisión de una nota periodística en un canal local de Fusagasugá. La Oficina Asesora de Comunicaciones se encarga de entregar el material.	Nota en video de un minuto para emitir en el noticiero local	1 vez por mes durante Tres meses. Horario: Noche	Noticiero de televisión local con mayor audiencia en Fusagasugá.			

NOTA: La Ejecución del contrato será de tracto sucesivo a partir de los requerimientos de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Cordialmente,

CAROLINA MELO RODRÍGUEZ

Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones