	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ABSr100
	PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS	VERSIÓN: 2
	CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA	VIGENCIA: 2019-08-30 PAGINA: 1 de 11

32.

CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO – CONTRATACIÓN DIRECTA

OBJETO	SERVICIOS EN TEMAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
---------------	--

PRESUPUESTO OFICIAL	\$ 36.640.000
----------------------------	----------------------

PROPUESTAS RECEPCIONADAS:

Nota: Téngase en cuenta que la cotización no podrá superar el presupuesto oficial, en caso de superarlo será causal de **RECHAZO**.

No.	Cotizante	Valor Económico de la Propuesta (Antes de IVA)
1	FENIX MEDIA GROUP S.A.S	\$ 26.873.950 valor antes de IVA
2	REI Y BATTLE MEDIOS Y EVENTOS S.A.S	\$ 26.950.00 valor antes de IVA
3	QUANTIKA MARKETING SAS	\$ 29.505.070 Valor total antes del IVA
4	SOMOS MEDOS DE COMUNICACIÓN S.A	\$ 29.450.000 valor antes de IVA
5	CASSA CREATIVA SAS	\$ 29.200.000 Valor antes del IVA.
6	RETECOL INGENIERIA S.A.S	\$ 27.100.000 valor antes de IVA
7	DAPMARKET S.A.S	\$ 30.600.000 valor antes de IVA
8	CAROL JOHANA ACERO BAQUERO	\$ 28.500.000 Persona natural NO RESPONSABLE DE IVA
9	AGORA ENTERTAINMENT SAS	\$ 30.700.395 valor antes de IVA
10	PMI. SISTEMAS PARA LA GESTION DE COMUNICACIONES S.AS	\$ 34.533.800 Valor con IVA. No totaliza el valor antes de IVA.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



MACROPROCESO DE APOYO PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA	CÓDIGO: ABSr100
	VERSIÓN: 2
	VIGENCIA: 2019-08-30
	PAGINA: 2 de 11

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

No.	Cotizante	Especificaciones Técnicas	Concepto																
1	FENIX MEDIA GROUP S.A.S	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en grupos de anuncios.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Análisis e Informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Diagnóstico del sitio web Institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">NOTA TECNICA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.</td> </tr> </table>	1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)	2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10)	3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en grupos de anuncios.	4	Análisis e Informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.	5	Diagnóstico del sitio web Institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO	6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.	NOTA TECNICA		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.		El cotizante CUMPLE con las especificaciones técnicas
1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)																		
2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10)																		
3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en grupos de anuncios.																		
4	Análisis e Informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.																		
5	Diagnóstico del sitio web Institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO																		
6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.																		
NOTA TECNICA																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.																			
2	REI Y BATTLE MEDIOS Y EVENTOS S.A.S	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en grupos de anuncios.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Análisis e Informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Diagnóstico del sitio web Institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">NOTA TECNICA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.</td> </tr> </table>	1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)	2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10)	3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en grupos de anuncios.	4	Análisis e Informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.	5	Diagnóstico del sitio web Institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO	6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.	NOTA TECNICA		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.		El cotizante NO CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas porque no cotiza los ítems según el ABSr097.
1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)																		
2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10)																		
3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en grupos de anuncios.																		
4	Análisis e Informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.																		
5	Diagnóstico del sitio web Institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO																		
6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.																		
NOTA TECNICA																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.																			



MACROPROCESO DE APOYO PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA	CÓDIGO: ABSr100
	VERSIÓN: 2
	VIGENCIA: 2019-08-30
	PAGINA: 3 de 11

3	QUANTICA MARKETIN G SAS	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duran (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes cinco.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop informe mensual.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">NOTA TÉCNICA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.</td> </tr> </table>	1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)	2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duran (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.	3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes cinco.	4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop informe mensual.	5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO	6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.	NOTA TÉCNICA		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.		El cotizante CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas.
1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)																		
2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duran (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.																		
3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes cinco.																		
4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop informe mensual.																		
5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO																		
6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.																		
NOTA TÉCNICA																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.																			
4	SOMOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN S.AS.	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duran (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes cinco.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop informe mensual.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">NOTA TÉCNICA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.</td> </tr> </table>	1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)	2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duran (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.	3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes cinco.	4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop informe mensual.	5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO	6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.	NOTA TÉCNICA		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.		El cotizante NO CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas porque no cotiza según el ABSr097 que exige el valor de cada ítem con y sin IVA.
1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)																		
2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duran (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.																		
3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes cinco.																		
4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop informe mensual.																		
5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO																		
6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.																		
NOTA TÉCNICA																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.																			
5	CASSA CREATIVA S.AS.	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duran (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes cinco.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop informe mensual.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">NOTA TÉCNICA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.</td> </tr> </table>	1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)	2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duran (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.	3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes cinco.	4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop informe mensual.	5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO	6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.	NOTA TÉCNICA		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.		El cotizante NO CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas porque no cotiza según el ABSr097 que exige el valor de cada ítem con y sin IVA.
1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)																		
2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duran (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.																		
3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes cinco.																		
4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop informe mensual.																		
5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO																		
6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.																		
NOTA TÉCNICA																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.																			


Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2



MACROPROCESO DE APOYO PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA	CÓDIGO: ABSr100
	VERSIÓN: 2
	VIGENCIA: 2019-08-30
	PAGINA: 4 de 11

6	RETECOL INGENIERIA SAS	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en los grupos de anuncios.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">NOTA TÉCNICA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad mensual será de: \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.</td> </tr> </table>	1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)	2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.	3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en los grupos de anuncios.	4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.	5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO	6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.	NOTA TÉCNICA		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad mensual será de: \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.		<p>El cotizante CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas</p>
1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)																		
2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.																		
3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en los grupos de anuncios.																		
4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.																		
5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO																		
6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.																		
NOTA TÉCNICA																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad mensual será de: \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.																			
7	DAPMARK ET S.AS.	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en los grupos de anuncios.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">NOTA TÉCNICA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad mensual será de: \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.</td> </tr> </table>	1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)	2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.	3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en los grupos de anuncios.	4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.	5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO	6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.	NOTA TÉCNICA		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad mensual será de: \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.		<p>El cotizante NO CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas.</p>
1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)																		
2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.																		
3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en los grupos de anuncios.																		
4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.																		
5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO																		
6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.																		
NOTA TÉCNICA																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad mensual será de: \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.																			
8	CAROL JOHANNA ACERO BAQUERO	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en los grupos de anuncios.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">NOTA TÉCNICA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad mensual será de: \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.</td> </tr> </table>	1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)	2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.	3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en los grupos de anuncios.	4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.	5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO	6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.	NOTA TÉCNICA		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad mensual será de: \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.		<p>El cotizante NO CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas porque cotiza con IVA, siendo persona natural no es responsable del IVA.</p>
1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)																		
2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas duras (20) veinte. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.																		
3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes en los grupos de anuncios.																		
4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales prop. Informe mensual.																		
5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO																		
6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.																		
NOTA TÉCNICA																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad mensual será de: \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.																			

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ABSr100
	PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS	VERSIÓN: 2
	CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO	VIGENCIA: 2019-08-30
	CONTRATACIÓN DIRECTA	PAGINA: 5 de 11

9	AGORA ENTERTAINMENT S.A.S	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20). N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y YouTube. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales propuestas. Informe mensual.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">NOTA TÉCNICA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.</td> </tr> </table>	1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)	2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20). N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.	3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y YouTube. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco.	4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales propuestas. Informe mensual.	5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO.	6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.	NOTA TÉCNICA		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.		El cotizante NO CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas porque no cotiza según el ABSr097 que expone 6 ítems, cotiza uno más.
1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)																		
2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20). N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.																		
3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y YouTube. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco.																		
4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales propuestas. Informe mensual.																		
5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO.																		
6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.																		
NOTA TÉCNICA																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.																			
10	PMI.SISTEMAS PARA LA GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES S.A.S	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20). N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y YouTube. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales propuestas. Informe mensual.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO.</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">NOTA TÉCNICA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.</td> </tr> </table>	1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)	2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20). N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.	3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y YouTube. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco.	4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales propuestas. Informe mensual.	5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO.	6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.	NOTA TÉCNICA		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.		El cotizante CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas.
1	Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20) N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: veinticinco (25)																		
2	Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de campañas durante el contrato (mínimo): veinte (20). N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes (mínimo): (10) diez.																		
3	Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y YouTube. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (mínimo): cinco.																		
4	Análisis e informes de efectividad de las campañas implementadas en las redes sociales propuestas. Informe mensual.																		
5	Diagnóstico del sitio web institucional para mejorar experiencia de usuario y optimización SEO.																		
6	Creación de blog. Entrega de dos contenidos mensuales, para un total de 10 contenidos a lo largo del contrato. Deben estar enfocados a potenciar la estrategia de marketing digital implementada en redes sociales.																		
NOTA TÉCNICA																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-Google) será de \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Universidad de Cundinamarca.																			


OFERTA ECONÓMICA

No.	Cotizante	Valor Económico de la propuesta (Antes de IVA)
1	FENIX MEDIA GROUP S.A.S	\$ 26.873.950 valor antes de IVA

De acuerdo con lo anterior se establece que la cotización presentada por FENIX MEDIA GROUP, CUMPLE con las especificaciones técnicas establecidas, es la más favorable económicamente, se ajusta a los precios del mercado y está dentro del Presupuesto Oficial.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2


*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ABSr100
	PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS	VERSIÓN: 2
	CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO	VIGENCIA: 2019-08-30
	CONTRATACIÓN DIRECTA	PAGINA: 6 de 11

DOCUMENTOS SOLICITADOS

Solamente se realiza validación con el tipo de persona (Natural / Jurídica) de la Oferta más favorable. (Se relaciona solamente el tipo de persona a Evaluar).


DOCUMENTACIÓN PARA PERSONA JURÍDICA FENIX MEDIA GROUP SAS		CUMPLE	
N°1	DOCUMENTO	SI	NO
1	Anexo 01 debidamente diligenciado y suscrito	x	
2	Anexo 02 debidamente diligenciado y suscrito	x	
3	Anexo 03 debidamente diligenciado y suscrito	x	
4	Anexo 04 debidamente diligenciado y suscrito	X	
5	Carta de compromiso para contratistas, subcontratistas y proveedores: Debidamente diligenciada y suscrita.	x	
6	Formato Autorización de datos Personales: Debidamente diligenciados y suscritos por el representante legal.	x	
7	Certificado de existencia y representación legal vigente y renovada , expedido por la Cámara de Comercio respectiva, en el cual certifique que: 1. El objeto social es afín al requerimiento de la presente invitación; 2. La sociedad está registrada y tiene sucursal en Colombia; 3. Demostrar un término de vigencia de sociedad del plazo del contrato y un (1) años más; 4. El Representante Legal posee facultades para comprometer la sociedad, y en caso tal que lo requiera deberá adjuntar el acto de órgano directivo que le da dicha facultad. Haber sido expedido con fecha no mayor a treinta (30) días de antelación a la presentación de la propuesta	x	
8	Certificado de Antecedentes Disciplinarios: De la Sociedad y su Representante legal, emitido por la Procuraduría General de la Nación, con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario. .	x	
9	Certificado de Antecedentes Fiscales: De la Sociedad y su Representante legal emitido por la Contraloría General de la Republica, con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario.	x	
10	Certificado de Antecedentes Judiciales: Del Representante legal con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario.	x	

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ABSr100
	PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS	VERSIÓN: 2
	CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA	VIGENCIA: 2019-08-30 PAGINA: 7 de 11

11	Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal.	x	
12	Fotocopia del Registro Único Tributario <u>RUT DEL PROPONENTE</u>. La actividad Comercial debe estar actualizada y corresponder al Objeto a contratar.	x	
13	Certificación de aportes parafiscales: No debe ser superior a un mes a la fecha de la presentación de las cotizaciones. Conforme al Artículo 50 de la ley 789 de 2002. Dicha certificación puede ser firmada por: <ul style="list-style-type: none"> a) El Revisor Fiscal, si está obligado a tenerlo. Para lo cual deberá adjuntarse el certificado de antecedentes disciplinarios de la Junta Central de Contadores junto con la tarjeta profesional, en caso contrario por b) El Representante Legal. 	x	

DOCUMENTACIÓN PARA PERSONA JURÍDICA QUANTIKA MARKETING SAS		CUMPLE	
N°3	DOCUMENTO	SI	NO
1	Anexo 01 debidamente diligenciado y suscrito	x	
2	Anexo 02 debidamente diligenciado y suscrito	x	
3	Anexo 03 debidamente diligenciado y suscrito	x	
4	Anexo 04 debidamente diligenciado y suscrito	X	
5	Carta de compromiso para contratistas, subcontratistas y proveedores: Debidamente diligenciada y suscrita.	x	
6	Formato Autorización de datos Personales: Debidamente diligenciados y suscritos por el representante legal.	x	
7	Certificado de existencia y representación legal vigente y renovada, expedido por la Cámara de Comercio respectiva, en el cual certifique que: <ul style="list-style-type: none"> 5. El objeto social es afín al requerimiento de la presente invitación; 6. La sociedad está registrada y tiene sucursal en Colombia; 7. Demostrar un término de vigencia de sociedad del plazo del contrato y un (1) años más; 8. El Representante Legal posee facultades para comprometer la sociedad, y en caso tal que lo requiera deberá adjuntar el acto de órgano directivo que le da dicha facultad. 	x	

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2


	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ABSr100
	PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS	VERSIÓN: 2
	CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO CONTRATACIÓN DIRECTA	VIGENCIA: 2019-08-30 PAGINA: 8 de 11

	Haber sido expedido con fecha no mayor a treinta (30) días de antelación a la presentación de la propuesta		
8	Certificado de Antecedentes Disciplinarios: De la Sociedad y su Representante legal, emitido por la Procuraduría General de la Nación, con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario. .	x	
9	Certificado de Antecedentes Fiscales: De la Sociedad y su Representante legal emitido por la Contraloría General de la Republica, con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario.	x	
10	Certificado de Antecedentes Judiciales: Del Representante legal con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario.	x	
11	Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal.	x	
12	Fotocopia del Registro Único Tributario <u>RUT DEL PROPONENTE.</u> La actividad Comercial debe estar actualizada y corresponder al Objeto a contratar.	x	
13	<p>Certificación de aportes parafiscales: No debe ser superior a un mes a la fecha de la presentación de las cotizaciones. Conforme al Artículo 50 de la ley 789 de 2002.</p> <p>Dicha certificación puede ser firmada por:</p> <p>c) El Revisor Fiscal, si está obligado a tenerlo. Para lo cual deberá adjuntarse el certificado de antecedentes disciplinarios de la Junta Central de Contadores junto con la tarjeta profesional, en caso contrario por</p> <p>d) El Representante Legal.</p>	x	

DOCUMENTACIÓN PARA PERSONA JURÍDICA RETECOL INGENIERIA SAS		CUMPLE	
N°6	DOCUMENTO	SI	NO
1	Anexo 01 debidamente diligenciado y suscrito	x	
2	Anexo 02 debidamente diligenciado y suscrito	x	
3	Anexo 03 debidamente diligenciado y suscrito	x	
4	Anexo 04 debidamente diligenciado y suscrito	X	
5	Carta de compromiso para contratistas, subcontratistas y proveedores: Debidamente diligenciada y suscrita.	x	
6	Formato Autorización de datos Personales: Debidamente diligenciados y suscritos por el representante legal.	x	

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ABSr100
	PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS	VERSIÓN: 2
	CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO	VIGENCIA: 2019-08-30
	CONTRATACIÓN DIRECTA	PAGINA: 9 de 11

7	<p>Certificado de existencia y representación legal vigente y renovada, expedido por la Cámara de Comercio respectiva, en el cual certifique que:</p> <p>9. El objeto social es afín al requerimiento de la presente invitación;</p> <p>10. La sociedad está registrada y tiene sucursal en Colombia;</p> <p>11. Demostrar un término de vigencia de sociedad del plazo del contrato y un (1) años más;</p> <p>12. El Representante Legal posee facultades para comprometer la sociedad, y en caso tal que lo requiera deberá adjuntar el acto de órgano directivo que le da dicha facultad.</p> <p>Haber sido expedido con fecha no mayor a treinta (30) días de antelación a la presentación de la propuesta</p>	x	
8	<p>Certificado de Antecedentes Disciplinarios: De la Sociedad y su Representante legal, emitido por la Procuraduría General de la Nación, con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario. .</p>	x	
9	<p>Certificado de Antecedentes Fiscales: De la Sociedad y su Representante legal emitido por la Contraloría General de la Republica, con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario.</p>	x	
10	<p>Certificado de Antecedentes Judiciales: Del Representante legal con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario.</p>	x	
11	<p>Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal.</p>	x	
12	<p>Fotocopia del Registro Único Tributario <u>RUT DEL PROPONENTE</u>. La actividad Comercial debe estar actualizada y corresponder al Objeto a contratar.</p>	x	
13	<p>Certificación de aportes parafiscales: No debe ser superior a un mes a la fecha de la presentación de las cotizaciones. Conforme al Artículo 50 de la ley 789 de 2002.</p> <p>Dicha certificación puede ser firmada por:</p> <p>e) El Revisor Fiscal, si está obligado a tenerlo. Para lo cual deberá adjuntarse el certificado de antecedentes disciplinarios de la Junta Central de Contadores junto con la tarjeta profesional, en caso contrario por</p> <p>f) El Representante Legal.</p>	x	

DOCUMENTACIÓN PARA PERSONA JURÍDICA PMI SISTEMAS PARA LA GESTION DE LAS COMUNICACIONES SAS		CUMPLE	
N°10	DOCUMENTO	SI	NO

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*




MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS
CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO
CONTRATACIÓN DIRECTA

CÓDIGO: ABSr100
VERSIÓN: 2
VIGENCIA: 2019-08-30
PAGINA: 10 de 11

1	Anexo 01 debidamente diligenciado y suscrito	x	
2	Anexo 02 debidamente diligenciado y suscrito	x	
3	Anexo 03 debidamente diligenciado y suscrito	x	
4	Anexo 04 debidamente diligenciado y suscrito	X	
5	Carta de compromiso para contratistas, subcontratistas y proveedores: Debidamente diligenciada y suscrita.	x	
6	Formato Autorización de datos Personales: Debidamente diligenciados y suscritos por el representante legal.	x	
7	Certificado de existencia y representación legal vigente y renovada , expedido por la Cámara de Comercio respectiva, en el cual certifique que: 13. El objeto social es afín al requerimiento de la presente invitación; 14. La sociedad está registrada y tiene sucursal en Colombia; 15. Demostrar un término de vigencia de sociedad del plazo del contrato y un (1) años más; 16. El Representante Legal posee facultades para comprometer la sociedad, y en caso tal que lo requiera deberá adjuntar el acto de órgano directivo que le da dicha facultad. Haber sido expedido con fecha no mayor a treinta (30) días de antelación a la presentación de la propuesta	x	
8	Certificado de Antecedentes Disciplinarios: De la Sociedad y su Representante legal, emitido por la Procuraduría General de la Nación, con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario. .	x	
9	Certificado de Antecedentes Fiscales: De la Sociedad y su Representante legal emitido por la Contraloría General de la Republica, con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario.	x	
10	Certificado de Antecedentes Judiciales: Del Representante legal con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días calendario.	x	
11	Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal.	x	
12	Fotocopia del Registro Único Tributario RUT DEL PROPONENTE. La actividad Comercial debe estar actualizada y corresponder al Objeto a contratar.	x	
13	Certificación de aportes parafiscales: No debe ser superior a un mes a la fecha de la presentación de las cotizaciones. Conforme al Artículo 50 de la ley 789 de 2002. Dicha certificación puede ser firmada por:	x	

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: ABSr100
	PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS	VERSIÓN: 2
	CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO	VIGENCIA: 2019-08-30
	CONTRATACIÓN DIRECTA	PAGINA: 11 de 11

	<p>g) El Revisor Fiscal, si está obligado a tenerlo. Para lo cual deberá adjuntarse el certificado de antecedentes disciplinarios de la Junta Central de Contadores junto con la tarjeta profesional, en caso contrario por</p> <p>h) El Representante Legal.</p>		
--	---	--	--

Una vez evaluados los documentos solicitados, validadas las especificaciones técnicas y el valor económico de la cotización, el área solicitante recomienda al Ordenador del Gasto o su delegado continuar el proceso de contratación con FENIX MEDIA GROUP S.AS.



CAROLINA MELO RODRIGUEZ
 Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
 Universidad de Cundinamarca

12.1-14.1