



UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA
-FUSAGASUGÁ-

ADOr001-V6

14.-

Fusagasugá, 2020 – 08 - 03

Señores
AGORA
Ciudad

Respetados señores AGORA

De acuerdo con sus observaciones sobre el proceso cuyo objeto es servicios en temas de comunicación digital y redes sociales de la Universidad de Cundinamarca, nos permitimos dar respuesta:

El presupuesto para el proceso es de: \$36.640.000 con IVA incluido. Se recomientda tener en cuenta, los siguientes puntos, según el ABSr097.

1.La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$3.300.000 (tres millones trescientos mil pesos), la campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad en redes sociales que se requiere a lo largo de los 5 meses será de: \$16.500.000. El diseño de piezas gráficas será realizado por el contratista con el aval de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

2.Oferta escrita, que contenga como mínimo: Fecha de elaboración; Nombre o Razón Social; dirección, teléfono y correo-e; Plazo de ejecución o de entrega; Forma de pago; Valor unitario de los bienes y/o servicios antes de IVA y sin centavos; Valor unitario del IVA y sin centavos (si aplica); Vr. Total de la oferta, sin centavos (antes y después de IVA); Descripción clara y detallada de los bienes y/o servicios, que incluya: cantidades, marcas, especificaciones, entregables, entre otros; Descuentos otorgados y/o garantías comerciales (si aplican), y Validez de la oferta

Cordialmente,

CAROLINA MELO RODRÍGUEZ
Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
Universidad de Cundinamarca

12.1.14

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*



14.-

Fusagasugá, 2020 – 08 - 03

Señores
QUANTIKA
Ciudad

Respetados señores QUANTIKA

De acuerdo con sus observaciones sobre el proceso cuyo objeto es servicios en temas de comunicación digital y redes sociales de la Universidad de Cundinamarca, nos permitimos dar respuesta:

1. *Por favor especificar cuántas piezas requieren al mes y por red cuando solicitan:*

A. *Campañas publicitarias en Facebook Ads replicadas en Instagram Ads. N. de campañas al mes: cuatro(4). N. de anuncios pautados o avisos pagos al mes en la red social propuesta: (25)*

RESPUESTA: 25 piezas gráficas al mes para Facebook.

B. *Campañas publicitarias en Twitter. N. de campañas al mes: (4) cuatro. N. de avisos pautados o pagados en la red social propuesta al mes: (10)*

RESPUESTA: 10 piezas gráficas al mes para Twitter.

C. *Campañas en Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube. N. de campañas al mes: (5) cinco. N. de avisos pagos o pautados al mes (minimo): (8) grupos de anuncios.*

RESPUESTA: 8 anuncios al mes para Google que incluyan la búsqueda en display, Gmail y you tube.

D. *Por favor especificar a qué se refieren con “grupos de anuncios” – avisos pagos.*



Un grupo de anuncios hace referencia al conjunto de avisos organizados para una campaña. Avisos pagos, los que no son orgánicos y deben ser pautados en las redes sociales. La oficina de comunicaciones, actualmente, solo publica contenido orgánico. De aquí la necesidad de contar con una agencia de marketing que realice las piezas gráficas para pautar en las redes sociales.

3. Por favor especificar las características de las piezas solicitadas por red (gráficas o texto y especificar que las audiovisuales las suministra la UDEC).

Las piezas gráficas serán diseñadas por el contratista. Los tamaños de las piezas graficas se deberán ajustar a la red social, pues los tamaños son diferentes para facebook o twitter o instagram. Contamos con un manual de imagen que será entregado y socializado al contratista para la elaboración de este material. Los videos serán realizados por la Oficina de Comunicaciones de la UCundinamarca y proporcionados al contratista.

4. Respecto de la creación de blog: Nosotros debemos crear el contenido o es suministrado por la UDEC y nosotros lo subimos?

El contenido deberá ser suministrado por el contratista, por eso explica, entrega de dos contenidos mensuales en las especificaciones técnicas, en ese sentido, el material o contenido será entregado a la Oficina de Comunicaciones, es decir, el blog listo para publicar deberá ser suministrado por el contratista. El contenido debe ser afin a las campañas que se realicen en redes sociales.

5. Agradecemos especificar si cuando hablan de \$16.500.000 incluye IVA.

La inversión mínima mensual requerida en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) será de \$3.300.000 (tres millones trescientos mil pesos), la campaña dura lo mismo que el contrato, el cual será por 5 meses, por lo tanto, la inversión mínima en publicidad en redes sociales que se requiere a lo largo de los 5 meses será de: \$16.500.000 con IVA incluido.

6. Para proyectar la inversión en redes como lo solicitan, agradecemos nos informen la estacionalidad de la comunicación y cuando inicia dentro del contrato la pauta en redes.

Serán 5 meses de pauta en redes sociales, a partir de cuando se firme el contrato. Se tiene previsto, sino surge ningún inconveniente, iniciar en el mes de septiembre de 2020, pero dependemos de trámites administrativos internos de la institución.

7. Respecto de las campañas: Son “bajadas” de campañas que ya tendría la UDEC en el momento? O nos corresponde crear cada campaña desde cero con la información que nos suministre la UDEC?



UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA
-FUSAGASUGÁ-

ADOr001-V6

Se crean las campañas con información y acompañamiento de la oficina de comunicaciones de la UCundinamarca, en algunos casos, las campañas inician desde cero, en otros, existen referentes de otras campañas realizadas.

8. Existe una competencia directa respecto de los programas que ofrece y que desea promocionar la UDEC?

La Oficina de Comunicaciones proporcionará la información de cada una de las campañas para promocionar la oferta de diplomados y posgrados. Dicha oferta es realizada directamente por la UCundinamarca.

9. Agradecemos nos informen cuáles son requisitos habilitantes y cuáles son subsanables.

La Universidad de Cundinamarca en este tipo de contratación directa no opera con subsanabilidad.

Cordialmente,

CAROLINA MELO RODRÍGUEZ
Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
Universidad de Cundinamarca

12.1.14