	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: ABSr100</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS</b>	<b>VERSIÓN: 2</b>
	<b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO</b>	<b>VIGENCIA: 2019-08-30</b>
	<b>CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	<b>PAGINA: 1 de 7</b>

32.

### CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO – CONTRATACIÓN DIRECTA

<b>OBJETO</b>	<b>SERVICIOS EN TEMAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA</b>
---------------	--

<b>PRESUPUESTO OFICIAL</b>	<b>\$ 36.640.000</b>
----------------------------	----------------------

#### PROPUESTAS RECEPCIONADAS:

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

<b>No.</b>	<b>Cotizante</b>	<b>Valor Económico de la Propuesta (Antes de IVA)</b>
1	SOMOS MISIL S.A.S	\$ 36.100.000 valor con IVA. No totalizo valor antes de IVA.
2	QUANTIKA MARKETING SAS	\$ 30.600.000 valor antes de VA
3	MARKETNOVA, MARKETING SOLUTION S.A.S	\$ 24.000.000 Valor antes de IVA
4	AGORA ENTERTAINMENT SAS	\$ 30.745.105 Valor antes de IVA
5	FENIX MEDIA GROUP SAS	\$ 19.859.500 Valor antes de IVA.
6	LUISA FERNANDA VELEZ GUTIERREZ podria ser	\$ 34.500.000 no responsables de IVA
7	REI Y BATTLE MEDIOS Y EVENTOS SAS	\$ 30.440.000 valor antes de IVA.
8	VIVIAN PAOLA CHAVARRO	\$ 28.800.000 No responsable de IVA
9	CASSA CREATIVA SAS	<b>\$ 49.900.000 IVA incluido. Excede el presupuesto oficial. RECHAZADO</b>

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414  
[www.ucundinamarca.edu.co](http://www.ucundinamarca.edu.co) E-mail: [info@ucundinamarca.edu.co](mailto: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*



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

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

No.	Cotizante	Especificaciones Técnicas	Concepto	
1	SOMOS MISIL S.A.S	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)	El cotizante CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas.
		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 campaña 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.	
		<b>NOTA TÉCNICA</b>		
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	QUANTIKA MARKETING SAS	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)	El cotizante NO CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas porque genera incertidumbre ya que no cotiza el valor unitario por ítem, en ese sentido, no se sabe cuánto invierte en cada red social en el mes.
		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 campaña 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.	
		<b>NOTA TÉCNICA</b>		
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.				

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414  
[www.ucundinamarca.edu.co](http://www.ucundinamarca.edu.co) E-mail: [info@ucundinamarca.edu.co](mailto: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*



<b>MACROPROCESO DE APOYO</b> <b>PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS</b> <b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO</b> <b>CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	<b>CÓDIGO: ABSr100</b>
	<b>VERSIÓN: 2</b>
	<b>VIGENCIA: 2019-08-30</b>
	<b>PAGINA: 3 de 7</b>

3	MARKETNOVA, MARKETING SOLUTION 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 duradas (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 YouTube. N. de campañas duradas 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;"><b>NOTA TÉCNICA</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-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 duradas (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 YouTube. N. de campañas duradas 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.	<b>NOTA TÉCNICA</b>		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-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 modifica las especificaciones y no permite saber la inversión publicitaria mensual en cada red social.
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 duradas (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 YouTube. N. de campañas duradas 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.																		
<b>NOTA TÉCNICA</b>																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-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.																			
4	AGORA ENTERTAINMENT 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 duradas (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 YouTube. N. de campañas duradas 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;"><b>NOTA TÉCNICA</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-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 duradas (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 YouTube. N. de campañas duradas 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.	<b>NOTA TÉCNICA</b>		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-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. Agrega un ítem llamado producción ejecutiva, el cual no está contemplado en el ABSr. Hay error aritmético en los ítems 2 y 3.
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 duradas (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 YouTube. N. de campañas duradas 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.																		
<b>NOTA TÉCNICA</b>																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube-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.																			



<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: ABSr100</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS</b>
	<b>VERSIÓN: 2</b>
	<b>VIGENCIA: 2019-08-30</b>
<b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO</b>	<b>PAGINA: 4 de 7</b>
<b>CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	

5	FENIX MEDIA GROUP 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)</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 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;"><b>NOTA TECNICA</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) para la 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 duran (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 campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes 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.	<b>NOTA TECNICA</b>		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) para la 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.		El cotizante CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas. Es de anotar que no anexo el formato de confidencialidad, requisito obligatorio según el ABSr, no discrimina valor unitario antes de 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)																		
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 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.																		
<b>NOTA TECNICA</b>																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) para la 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.																			
6	LUISA FERNANDA VELEZ GUTIERREZ	<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)</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 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;"><b>NOTA TECNICA</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) para la 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 duran (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 campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes 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.	<b>NOTA TECNICA</b>		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) para la 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.		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)																		
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 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.																		
<b>NOTA TECNICA</b>																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google Ads) para la 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.																			



<b>MACROPROCESO DE APOYO</b> <b>PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS</b> <b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO</b> <b>CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	<b>CÓDIGO: ABSr100</b>
	<b>VERSIÓN: 2</b>
	<b>VIGENCIA: 2019-08-30</b>
	<b>PAGINA: 5 de 7</b>


7	REI Y BATTLE MEDIOS Y EVENTOS 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)</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 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;"><b>NOTA TECNICA</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) 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)	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 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	<b>NOTA TECNICA</b>		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) 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		El cotizante NO CUMPLE con cada uno de los ítems que componen las especificaciones técnicas. Genera incertidumbre en lo cotizado ya que no discrimina el valor unitario mensual en la inversión en cada red social. La Cifra que cotiza es un valor mensual que no permite identificar el valor unitario de los anuncios.
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 campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes 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																		
<b>NOTA TECNICA</b>																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) 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	VIVIAN PAOLA CHAVARRO	<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 campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes 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;"><b>NOTA TECNICA</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2">La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) 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)	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 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	<b>NOTA TECNICA</b>		La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) 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		El cotizante CUMPLE. Es de anotar que no anexo certificado de existencia y representación legal, requisito según el ABSr.
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 campaña cinco. N. de campañas durante el contrato: 25 veinticinco. N. de avisos pagos o pautados al mes 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																		
<b>NOTA TECNICA</b>																			
La inversión mínima mensual en publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, you tube-Google) 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																			

### OFERTA ECONÓMICA

No.	Cotizante	Valor Económico de la propuesta (Antes de IVA)
1	LUISA FERNANDA VELEZ GUTIERREZ	\$34.500.000 NO ES RESPONSABLE DE IVA

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000180414  
[www.ucundinamarca.edu.co](http://www.ucundinamarca.edu.co) E-mail: [info@ucundinamarca.edu.co](mailto: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*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: ABSr100</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN BIENES Y SERVICIOS</b>	<b>VERSIÓN: 2</b>
	<b>CONCEPTO TÉCNICO Y ECONÓMICO</b>	<b>VIGENCIA: 2019-08-30</b>
	<b>CONTRATACIÓN DIRECTA</b>	<b>PAGINA: 6 de 7</b>

2.	SOMOS MISIL SAS	\$ 36.100.000 valor con IVA. No totalizo valor antes de IVA.
----	-----------------	--


De acuerdo a lo anterior se establece que la cotización presentada por LUISA FERNANDA VELEZ GUTIERREZ **CUMPLE** con las especificaciones técnicas establecidas, se ajusta a los precios del mercado y está dentro del Presupuesto Oficial.

### 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 NATURAL LUISA FERNANDA VELEZ GUTIERREZ		CUMPLE	
Nº6	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	<b>Carta de compromiso para contratistas, subcontratistas y proveedores:</b> Debidamente diligenciada y suscrita.	x	
6	<b>Formato Autorización de datos Personales:</b> Debidamente diligenciados y suscritos.	x	
7	<b>Certificado de existencia y representación legal vigente y renovada,</b> expedido por la Cámara de Comercio respectiva, con fecha de expedición no anterior a treinta (30) días a la presentación de la propuesta. La actividad comercial debe ser acorde con el objeto del contrato a suscribir y/o aceptación de la oferta.	x	
8	<b>Certificado de Antecedentes Disciplinarios:</b> El proponente no deberá tener antecedentes Disciplinarios_ante la Procuraduría General de la Nación.	x	
9	<b>Certificado de Antecedentes Fiscales:</b> El proponente no deberá tener antecedentes Fiscales_ante la Contraloría General de la República. La Universidad de Cundinamarca realizará la correspondiente verificación y dejará constancia de la misma.	x	
10	<b>Certificado de Antecedentes Judiciales:</b> El proponente no deberá tener antecedentes Judiciales ante la Policía Nacional. (Incluye la inhabilidad que establece el artículo 183 del Código Nacional de Policía y Convivencia)	x	
11	<b>Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía</b> del Proponente.	x	
12	<b>Fotocopia del Registro Único Tributario RUT DEL PROPONENTE.</b> (La actividad Comercial debe estar actualizada y corresponder al Objeto a contratar).	x	
13	<b>Certificación de aportes parafiscales:</b> Certificaciones que acrediten la vinculación al Sistema de Seguridad Social, en Salud y Pensiones. Dichas certificaciones expedidas por las entidades	x	

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

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

	competentes no deben ser superiores a un mes a la fecha de la presentación de las cotizaciones. Conforme la resolución N° 206 de 2012, de la Universidad de Cundinamarca.		
--	---	--	--

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 **LUISA FERNANDA VELEZ GUTIERREZ**.

El presente documento reposará en la carpeta del proceso y hace parte integral del mismo.



CAROLINA MELO RODRIGUEZ  
 Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones  
 Universidad de Cundinamarca

12.1-14.1